بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة أم درمان الإسلامية

كلـــية الـــدراسات العليا

كلـــية الإعـــــــــلام

بحث لنيل درجة الماجستير في الإعلام – تخصص علاقات عامة وإعلان

بعنوان:

وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية

" دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية"

في الفترة من يوليو ٢٠٠٦ حتى يوليو ٢٠٠٧م.

إعداد الطالب:

محمد عمر محمد الحاج

إشراف الدكتور:

محي الدين أحمد إدريس تيتاوي

١٤٢٨هـ – ٢٠٠٧م

الآيـــة

قال تعالى:

بسم الله الرحمن الرحيم

" " لإيــلاف قــريش (١) إيلافهــم رحلـــة الشـــتاء والصيف(٢) فليعبدوا رب هذا البيت(٣) الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف(٤)).

صـــــــــدق الله العظيم

سورة قريش



إلى ،،،
أسرتي الكبيرة،،،
إلى زملائي في العمل ،،،
إلى كل من مد لي يد العون والمساعدة ،،،،
أهدى ثمرة جهدي هذا ،،،،

الباحث،،

الشكر والعرفان

الحمد لله الوالي الكريم والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم افضل خلق الله أجمعين.

أما بعد،،

الشكر أولاً وأخيراً لله رب العالمين ، ثم الشكر للأستاذة بكلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية التي تخرجت فيها وتعلمت منها العلوم والمعارف. ثم الشكر ايضا لأسرة مكتبة معهد الدراسات الإعلامية بجامعة الرباط الوطني، وأيضا الشكر موصول الى الأخوة بإدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية ،وإلى أسرة مكتبة أكاديمية الأمن العليا. والشكر أجزله للدكتور المشرف على هذه الرسالة **د/ محي الدين أحمد إدريس تيتاوي** والذي كان له الدور الأكبر في التوجيه والإرشاد حتى تم اخراج هذا البحث بهذه الصورة. ومن ثم الشكر للزملاء بكلية الدراسات العليا جامعة أمدرمان الإسلامية.

والشكر لزملائي بالدراسة. ولطابع هذه الرسالة.

الباحث،،،

المحتويات والفهرس

فهرس الجداول

فهرس النماذج والهياكل

فهرس الملاحق

مستخلص الدراسة

تناول الباحث في هذه الدراسة عبر منهج متكامل وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية ،وذلك بالتطبيق على إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية في الفترة من يوليو ٢٠٠٦ إلى يوليو٢٠٠٧م.

يدور محور تساؤلات البحث حول اتباع الاسلوب العلمي في تطبيق وظائف العلاقات العامة المتمثلة في التخطيط والاتصال والبحوث والتقويم، ووظيفة العلاقات العامة في المجال الأمني.

تناول الباحث في الإطار النظري للدراسة – العلاقات ومفهومها وأهدافها ووظائفها. كما تناول مفهوم الشرطة ونشأتها وتطورها وتوضيح أهدافها وواجباتها بالإضافة للمعاير والسلوكيات المطلوبة من رجل الشرطة.

والممارسة الفعلية للعلاقات العامة برئاسة الشرطة وأهم العناصر التي تساهم في تكوين الصورة الذهنية الطيبة لجهاز الشرطة لدى الجمهور.

وفي خاتمة البحث توصل الباحث للنتائج والتوصيات التالية:

١/ اهتمام الإدارة بتوظيف الكادر المؤهل أكاديمياً.

٢/ الجهود الإعلامية التي تمارسها الإدارة فعالة جداً في تعريف المواطن بعمل الشرطة ونشر الوعي الأمني.

٣/ عدم استعانة الإدارة بمستشارين من خارج المؤسسة.

٤/ أكثر وسيلة فعالة في نقل رسالة الشرطة للجمهور هي الإذاعة.

٥/ عدم مساهمة الاصدارات الشرطية المتخصصة في تحسين صورة رجل الشرطة للجمهور لمحدودية توزيعها.

٦/ العلاقات العامة تجد الدعم والاهتمام من القيادة العليا للشرطة.

٧/ افضل الطرق لتقويم عمل العلاقات العامة وانشطتها هي مراجعة السياسات والخطط من حين لآخر.

التوصيات:

١/ إعداد خطط اعلامية لشرح القانون للمواطنين بصورة سهلة ومبسطة.

٢/ الاهتمام بتحسين الاصدارات الشرطية المتخصصة وتوسيع دائرة توزعيها.

٣/ التوسع في الخدمات المباشرة المقدمة من الشرطة للجمهور باعتبارها اقوى الآليات لربط الشرطة بالمجتمع.

٤/ تفعيل صناديق الشكاوي وتطويرها والعمل على زيادة انتشارها وتوزيعها على اقسام الشرطة المختلفة.

Abstract

The researcher discuss during this study the Public Relations

Function with complete product in security association and application for Public Relations administration in Sudanese police headship in period from July 2006 to July 2007 and the questionnaire was how to made practical procedure science for Public Relations function include (planning , intelligence, researches , and calendar and the function of Public Relations in security way.

Theoretic Cadre of this research included the aims and meaning and situation of Public in addition of police connotative and it's developing, beginning, ideologies and duties and the effect of this behavior to the republic. The end of this study the researcher give following:

Recommendation and Results:

1. Caring of academic qualification cadre.
2. Using activity media to prepare civil people and diffusion security sense.
3. Leaving recourses to consultants out of police association.
4. Using radio media to be activity message for the republic
5. The improvement police management must be not constricted .
6. Caring of police headship for Public Relations.
7. Checking the planning from time to time.

Recommendation:

1. Prepare media planning to easy explain for citizen.
2. Improve specialized police issues and develop it's distribution.
3. Rehabilitate police services.
4. Developing activities citizen share.

المقدمة:-

تنحصر رسالة المؤسسة الأمنية في أي دولة من الدول في توفير الأمن العام لمجموع السكان .

وكلما تحققت الطمأنينة وتوفرت أسباب الثقة والتعاون المتبادل بين رجال الشرطة أو الأمن والشعب ، أمكن الدولة أن تسير سيراً حثيثاً في طريق التقدم والرفاهية ومضاعفة أساليب الإنتاج

فالاستقرار العام يعتبر غاية في ذاته. ولهذا يقاس تقدم الشعوب بمقدار استقرار حكوماتها ، واطمئنان أفرادها وجماعتها . فالإنسان إذا تملكه القلق وتمكن منه الذعر تعطل تفكيره وشلت أعضاؤه واستحوذت عليه الفوضى . وكما أن الطعام غذاء للجسد فأن الأمن غذاء الروح والعقل ولن يعمل فاقد أمن كما لا يعمل جائع .

وفي كافة بقاع العالم توجه عناية فائقة إلي أجهزة الأمن والشرطة باعتبارها أداة ضرورية توفير الاستقرار والإنتاج والحرية بالنسبة للأسوياء من المواطنين . تسعى هذه الدراسة للتعرف علي وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بالتطبيق علي عمل العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية ، وذلك من خلال دراسة العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للمؤسسة ، والجهود التوجيهية والتثقيفية التي تعمل علي زيادة درجة الوعي لدي منسوبي الشرطة السودانية وتنمية روح الخدمة العامة لديهم ، ووسائل رفع الروح المعنوية لأفراد المؤسسة في أوقات السلم وأوقات الحرب والأزمات. بالإضافة إلي دراسة مدى إلمامهم بقوانين المؤسسة ولوائحها الداخلية .

وتعمل الدراسة في الجانب الآخر علي معرفة أفضل السبل لإقامة علاقات جيدة وبناءة مع الجمهور الخارجي للمؤسسة سواء كان مع المواطن العادي أو مع أجهزة الإعلام باعتبارها أهم الوسائل للتأثير علي الرأي العام ، وذلك بتوضيح العلاقة بين أجهزة الشرطة وأجهزة الإعلام، والتعارض بين فلسفتي الأمن والإعلام .

والبحث عن مجالات التنسيق والتعاون بين أجهزة الشرطة والمؤسسات الإعلامية ، وشكل هذا العلاقة بعد توقيع اتفاقية السلام وتطبيقها ، خاصة أن السودان اليوم يعيش حالةاستثنائية ومرحلة نهوض ويحتاج إلي مزيداً من الرعاية وكثيراً من المراعاة والهدوء.

وعلي الإعلام أن يعكس هذا الواقع بما يؤدي إلي نشر التربية الوطنية والمحبة والإستقرار والتوازن وكلها عوامل يحتاج إليها الوطن والمواطن وسلطة الدولة قبلهما .

وأن ما يريده المواطن اليوم هو الإعلام القادر علي صون السلام والمحافظة عليه وصنع الإنتماء الوطني السليم والتجاوب مع كل جهود التوحيد الفعلي للبلاد. وأصبح المواطن بعد الحرب

يريد الإعلام المرتكز علي التنوير والتوعية والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات دون تشويه أو تحريض غريزي ، أي الإعلام الذي يحترم حرية الرأي وتعدديته ويحترم القارئ والسامع والناظر ويجلهم ، الإعلام الذي يخدم التوجهات الوفاقية نحو وحدة البلاد وإستقرارها وقيام الدولة صاحب السلطة الموحدة .

لم يعود المواطن يقبل بمعاملته كمستهلك لتصاريح الزعماء المتنازعين طوراً والمتحالفين أطواراً أخرى ، ما يريده المواطن بعد الحرب هو صوغ رؤية إعلامية واضحة تخلق الارتباط بين العملية الاتصالية وحريتها والديمقراطية وفي تعاطيها جميعها مع الناس والدولة والمؤسسات بالإجمال ، والاهتمام بنشر الثقافة الوطنية والأفكار السياسية الوفاقيةوكلها عوامل تساهم في الأمن والاستقرار والسلام ، وتساهم كذلك في بناء نظام وطني ثابت لا يحمل في طياته بذور الشتات أو الفرقة .

وإذا كان إستتباب الأمن العام أمر لا غنى عنه لأمة من الأمم في أطوار رخائها وإستقرار الأحوال الاجتماعية بها فأنه ألزم ما يكون للأمم التي تجتاز مرحلة التكوين والبقاء ، هذه المرحلة التي يلزم أن تهئ الدولة للمواطنين فيها أسباب الطمأنينة وأن تحررهم من عوامل الخوف والشك وأن تجعل العلاقة بين المواطن ومؤسسات الشرطة تقوم علي الود والتعاطف والتعاون
وذلك يتم بالوقوف علي رغبات الجمهور وشكاواه والعمل علي فحص هذه الرغبات والشكاوى والرد عليها .

لأن هذه الشكاوى تساعد في توجيه مؤسسات الشرطة توجيهاً يتفق مع الحاجات الفعلية لجمهور المواطنين وعلاج هذه الشكاوى ووضع حد لها .

وكل ذلك يتم علي أن تتعود مؤسسات الشرطة علي قبول النقد البناء الشريف الذي يعتبر من أهم أساليب تحسين الخدمات الشرطية وتوقير أسباب الأمن والسلامة العامة .

لأنه من الضروري أن تتلقى العلاقات العامة في المؤسسات الشرطية كافة الملاحظات سوا ء عن طريق الصحافة أو عن طريق الجمهور مباشرة ، والعمل علي دراستهاوتحقيق ما يمكن تنفيذه منها وتلافي اوجه النقص أو العيوب إن وجدت .

هذه الدراسة تأتى لتوضيح مهام عمل إدارة العلاقات العامة عموماً ، ووظائف العلاقات العامة في المجال الشرطي والأمني على وجه التحديد.

وهذا سبب كافي لإختيار البحث، لأن قوات الشرطة تتعامل مع المجتمع والمواطن في مختلف النواحي الحياتية، في التعامل الخدمي أو غيره.

وقد يكون خافياً على المواطن أن هنالك دوراً واضحاً للشرطة في مجال العلاقات العامة.يأمل الباحث أن تسهم هذه الدراسة والدراسات التي سبقتها في هذا المجال في توضيح شكل العلاقة بين المواطن وأجهزة الشرطة ووسائل الأعلام كافة وتبيان أن أجهزة الشرطة ليس عليها لعب دور الرقيب دائماً وإنما المحفز الرئيسي لأجهزة الأعلام للعب دورها الرئيسي في تنوير المواطن وتوجيهه بمصالحه ومصالح الوطن والتي هي الشغل الشاغل لأجهزة الشرطةٍ وتسهر للمحافظةٍ عليها.

مشكلة البحث:

لاحظ الباحث من خلال تجربته وعلاقته المهنية بالشرطة أن العلاقة بين الشرطة والجمهور تعتريها بعض مظاهر التردد وسوء الفهم بإعتبار أن الشرطة تقيد رغبات الجمهور ، خاصةً الذين يميلون إلى الجنوح.وأن مهام الشرطة تتمثل في منع الجريمة ومكافحتها ،والشرطة تجد نفسها غير قادرة على الوفاء نتلك الإلتزامات بدرجة عالية من الكفاءة بدون مساعدة الجمهور وذلك يستوجب وجود علاقة قوية بينها وبين المواطنين.أن بعض المواطنين لديهم تحفظات تجاه الشرطة، لذلك عندما تطلب الشرطة مساعدة المواطن في أداء واجبها تجد نوعاً من الإحجام عن المساعدة أو التعاون نتيجة لذلك بإفتراض أن هذه مهمة الشرطة وحدها..

كما يري الباحث ضرورة توضيح العلاقة بين أجهزة الشرطة وأجهزة الإعلام المختلفة بما يخدم مصلحة الطرفين والتي هي بالضرورة مصلحة الوطن والمواطن . وذلك لما تمارسه أجهزة الإعلام من دور فعال في تشكيل وتوجيه الرأي العام ، وحاجة الأجهزة الشرطية إلي بناء جسور متينة وتكوين علاقات طيبة مع الجماهير للمساعدة في مواجهة الظروف الأمنية المختلفة بفعالية وكفاءة عالية ، كما أن هذه العلاقة بصورتها المرغوبة لايمكن تنميتها بالحرص علي السلوك فحسب وإنما بالفهم العميق والإدراك الواعي للمبادئ والأسس التي يمكن أن تحدد معالم إطار واضح لأخلاقيات المهنة عند الطرفين لأن تطور الوعي يتطلب تطور وسيلة التواصل . وهو ما يمكن أن تسهم فيه عملية التخطيط السليم والتحديد الدقيق لوظائف العلاقات العامة في المجال الأمني.

كما أن هنالك إشكالية تصحيح مفهوم بعض العاملين في المجال الشرطي الذين يعتقدون أنهم يعملون في خدمة الأجهزة التي ينتمون إليها. وليس في خدمة الشعب. وضرورة إدراك حقيقة أن رجل الشرطة حتى ما يتعلق بأداء المهام المتصلة بالحفاظ علي الأمن والنظام لا يتصرف كعميل للحكومة ولا يعتمد في سلطته عليها وإنما يتصرف كمواطن يمثل المجتمع ويمارس سلطات مملوكه

جوهرها لجميع المواطنين الذين يسبغونها بدورهم على أجهزة الشرطة الخادمة تطبيقاً لمبدأ الأمن مسئولية الجميع.

أهمية البحث:

تنبع أهمية هذه الدراسة فى النقاط التالية:.

١/إيماناً بأهمية البحوث الأمنية في ترشيد العمل الشرطي ودفع مسيرته نحو الأفضل.

٢/ القناعة بأن العلاقات العامة تعد الأجدر للقيام بدور فعال في المساهمة بتحسين الصورة الذهنية عن مؤسسة الشرطة عند جماهيرها المختلفة من خلال عمليات إتصاليه فعالة ، وشفافية عالية في الأداء لتكون، المحصلة النهائية عمل منظم تؤدي نتائجه إلي تحسين الصورة وترك إنسجام متواصل بما تقوم به مؤسسة الشرطة تجاه بلدها ومواطنيها .

٣/ أن العلاقات الجيدة بين الشرطة والجمهورتؤدىلبسط الأمن والإستقرار الإجتماعى ،وذلك عبرالرسلة الإعلامية الهادفة التى تعكس مهام وواجبات وأهداف قوات الشرطة .

٤/ توجيه المواطنين للمشاركة في حماية المجتمع عبر نشر الوعى الأمنى والمشالركة الإيجابية مع الشرطة والتعاون المتبادل بينهما.

٥/ تأكيد أهمية العلاقة بين الشرطة والشعب ،حيث أن الشرطة أثناء أدائها لرسالتها في مكافحةالجريمة لابد أن تجد التعاون الإيجابى من جانب الجمهور.

٦/ إن مسؤلية تحقيق الأمن والإستقرار ليست مسؤلية الشرطة وحدها ،بل أصبحت مسؤلية وطنية تشارك فيها كافة الأجهزة الرسمية والشعبية إضافة إلى المواطنين.

٧/ الإسهام فى تنمية قدرات منسوبى إدارة العلاقات العامةبرئاسة الشرطة السودانيةعلى ممارسة عمل العلاقات العامة وتطبيقه بصورة علمية مدروسة .

٨/ الدراسة العلمية الدقيقة للأعمال والسياسات والخطط التى تطبقها الإدارة العامة للإعلاموالعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية فى مجال العلاقات العامة ، وأهمية دور هذه الإدارة فى رئاسة الشرطة من حيث الأعمال التى تقوم بها .

أهداف البحث:

١/ تهدف الدراسة إلي التعريف بوظيفة العلاقات العامة في المجال الأمني وتوضيح دور رجل الشرطة أو الأمن العامل في العلاقات العامة .

٢/ دراسة ومعرفة إنطباعات الجمهور عن مؤسسة الشرطة وإتجهاتهم نحو سياساتها وبعض إجراءاتها الأمنية.

٣/ إستعراض العوامل التي تؤثر في علاقة المواطن بالشرطة وتحديد الصورة الذهنية أو الإنطباع الذي يتمتع به رجل الشرطة في نظر الجماهير والعوامل المساعدة في تحسين صورته.

٤/ رصد كل العوامل المتعلقة بأنشطة العلاقات العامة ومشاكلها والإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة لتحقيق طموحات المؤسسة لتحقيق صورة ذهنية مرغوبة تحملها عنها الجماهير وعن أدائها وسمعتها.

٥/ طرح أنسب الأساليب التي يمكن أن تقود إلى تطوير العلاقات العامة برئاسة الشرط السودانية .

٦/ التعرف على دور وسائل الإعلام المختلفة في تنمية وتطويرالعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية.

٧/ تغيير المفهوم السائد بين العامة بأن عمل العلاقات العامة يختص بالمؤسسات التجارية والقطاع الخاص أكثر من القطاع الحكومي.

تساؤلات البحث:

تعتمد فعالية أنشطة العلاقات العامة في أي مؤسسة علي التنظيم الدقيق لإدارة العلاقات العامة ولتحديد الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة فيها بما يخدم الهدف النهائي لإنشائها كما تتأثر الصورة الذهنية لرجل الشرطةلدي الجماهير سلباً أو إيجاباً بالعديد منالأسباب والظروف البيئية المحيطة بالمؤسسة وطبيعة عملها لذا فأن هذه الدراسةتسعي إلي توضيح وظيفة العلاقات العامة في المجال الأمني وكشف الأسباب التيتؤثر علي علاقةمؤسسة الشرطةسلباً أو إيجاباً مع الجماهير وأجهزة الإعلام من خلال طرحالتساؤلات التالية:-

١. إلى أي مدى يساهم وجود إدارة للعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية في تحسين صورة رجل الشرطة لدى المواطن ؟

٢. ماهى الإستراتيجية الموضوعة لأعمال العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية ومدى الالتزام بها ؟

٣. ماهى الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة برئاسة الشرطة لتنفيذ أهداف المؤسسة؟

٤. الصورة الذهنية المترسخة لدى الجمهور عن المؤسسات الشرطية وعلاقتها برواسب الماضي ؟

٥. ماهى الأسباب التي تؤدى إلى سوء العلاقة بين الشرطة والجمهور ؟

٦. هل تتعامل العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية بإسلوب التخطيط البرامجى لتنفيذ أنشطتها وتحقيق أهدافها؟

٧. هل نجحت العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية في تطبيق الجوانب العلمية والتطبيقية للعلاقات العامة ؟

٨. طبيعة العلاقة بين مؤسسة الشرطة السودانية ووسائل الإعلام وماهى العلاقة بين صورة رجل الشرطة في وسائل الإعلام والصورة الفعلية التي تتكون لدى المواطن عنه ؟

٩. ماهى أهم الوسائل الإتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة برئاسة الشرطة لتوصيل رسالتها وأهدافها ؟

١٠. هل ساهمت البرامج التي تقدمها العلاقات العامة بالشرطة عبر وسائل الإعلام المختلفة في مكافحة الجريمة ؟

١١. ماهى أوجه التنسيق بين الإدارات المختلفة للمؤسسة لتحقيق أهداف العلاقات العامة ؟

١٢. هل تعمل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة بإسلوب التقييم والتقويم في تصحيح مسارها ؟

١٣/ ماهى المشكلات التي تعو ق عمل العلاقات العامة بالمؤسسة؟

١٤/ كيفية مواجهة هذه المشكلات؟

منهج البحث:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف التعرض إلي خصائص العلاقات العامة فـي المؤسسـات الحكوميـة المـؤثرة وذات الحساسـية العاليـة ، حيـث يسـتهدف التعريـف بوظيفـة العلاقات العامـة فـي المؤسسـات الأمنيـة ودورهـا فـي التعريـف بهويـة تلـك المؤسسـات وخصوصـيتها ومعرفـة مواقـف الجمهـور تجاهـ أنشـطتها و السـعي لتعزيـز المواقـف الإيجابيـة وتـدارك ومعرفـة المواقف السـالبة ومعالجتهـا بصـورة علميـة مدروسـة ، وتعمـد الدراسـة علـي جمـع الحقـائق وتحليلهـا وتقويمها لإستخلاص دلالتها وذلك من أجل الوصول إلي شكل واضح لواقع العلاقات العامة في هذه المؤسسات وكيفية ممارستها وذلك باستخدام الأساليب التالية

١/ منهج المسح:

تعريف المسح (SURVEY):

يعرف مورس (MORS) المسح بأنـه (منهج لدراسـة وتحليل موقف اجتمـاعي معين أو مشكلة أو جمهور ما باتباع إسلوب علمي لتحقيق أهداف محددة) [١]

تسـعي الدراسـة مـن الاسـتفادة لاسـتخدامها البحـث المسـحي لترتيـب خطـوات البحـث وذلـك بتحديـد مشـكلة البحـث مفـاهيم ومصـطلحات البحـث واسـتعراض الدراسـات السـابقة ومـدي الاسـتفادة منهـا . بالإضافة إلي تحديد مجتمع البحث واختيار العينات وذلك لصعوبة الاتصال بجميع منسوبي المؤسسة لطبيعـة عمـل المؤسسـة وانتشـارها علـي مسـتوي القطـر وطبيعـة عمـل منسـوبيها حيـث تتطلـب بعـض المهام التحرك المستمر وفي أوقات مختلفة .

٢. المنهج التاريخي:

يقصـد بـه الوصـول إلـي المبـادئ أو القـوانين العامـة عـن طريـق البحـث فـي أحـداث التـاريخ الماضية ، وتحليل الحقائق المتعلقة بالمشكلات الإنسانية ، والقوي الاجتماعيـة التـي شكلت الحاضـر ، ذلك لأننا كثيراً ما يصعب علينا فهم حاضر الشئ دون الرجوع إلي ماضيه[٢]

خطوات المنهج التاريخي (١) :

يري الدكتور محمود حسن إسماعيل أن المنهج التـاريخي لـه خطوات محددة تميزه عن غيره من المناهج نظراً لطبيعة مادته ، وهذه الخطوات هي :

---

[١] دكتور / مني أحمد الأزهري ، دكتور/ مصطفي حسين باهي : أصول البحث العلمي في البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية (القاهرة : طبعة أولي ، ٢٠٠٠م ـ مركز الكتاب للنشر ـ ص ٢٧) .

[٢] دكتور / محمود حسين إسماعيل : مناهج البحث في إعلام الطفل (القاهرة ـ دار النشر للجامعات ـ طبعة أولي ١٩٩٦م ص ٨٢)

[١] دكتور محمود / حسين إسماعيل : مرجع سابق ص ٨٣ .

أ/ تحديد المشكلة :-

يجب أن تكون المشكلة ضاربة بجذورها في التاريخ وأن تتسم بالاستمرارية حتى يمكن دراستها وتتبع مراحل تطورها .

ب/ جمع المادة العلمية المتعلقة بالمشكلة من المصادر الأولية والمصادر الثانوية .

ج/ تحليل وتصنيف الحقائق والربط بينها : -

تصنيف الحقائق التاريخية علي أساس طبيعتها الداخلية .

د/ عرض النتائج :-

تقتضي من الباحث الدقة ولتثبيت المصادر بالإضافة إلي الصياغة باسلوب موضوعي مع الالتزام بالتحليل المنطقي السليم لما توصل إليه من نتائج.

وتعتمد هذه الدراسة علي المنهج التاريخي لدراسة المراحل التاريخية لجهاز الشرطة بالسودان والأحداث والمشكلات التي مرت بها الإدارات المختلفة للأجهزة الشرطية في كافة الحقب السياسية بالسودان بعد فترة الاستقلال وتأثير نوع الأنظمة السياسية علي عمل أجهزة الشرطة وقبول الجماهير لها من أجل الوصل إلي صورة عامة تساعد الدارس علي تفسير الأوضاع الحالية للمؤسسة والقدرة علي التنبؤ بمستقبل عمل هذه المؤسسة.

٢. منهج دراسة الحالة:

يساعد منهج دراسة الحالة في تحديد المشكلات المتعلقة بأداء مؤسسة الشرطة وممارسات منسوبيها والصور الذهنية لدي الجمهور عن مؤسسة الشرطة ويتم ذلك بجمع المعلومات الضرورية حول ما يثار عن أداء المؤسسة والاتصال بالخبراء في هذا المجال لتقييم تلك الحالات وتفسيرها ومعرفة مدي صحتها ودقتها للوصول إلي وضع التوصيات اللازمة لتلافي السالب منها والإقرار أو الاتفاق علي خطه للدفاع عن الحالات المشكوك في صحتها، وذلك بإبراز الحقائق المتعلقة بكل موقف.

مجتمع البحث:

نسبة لطبيعة عمل المؤسسةوتوسع نشاطها على مستوى ولايات القطر المختلفة،وإسلوب عملها التأمينى الذى يتخذ بعض الإجراءات التى يراها البعض أحياناً معوقة للحريات ويجدون صعوبة فى هضمها فى أحايين كثيرة.

إختار الباحث مجتمع ولاية الخرطوم نسبة للتواجد الكبير لقوات الشرطة بالإضافة إلى أن الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية تقع رئاستها وتمارس أنشطتها فى الخرطوم.

ويتكون مجتمع البحث من الآتى:-

الداخلى :. حصراً على العاملين فبإدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية.

الخـارجى:ـ ويضم الجمهور العام(المواطنون) المتعاملون مع قطاع الشرطة والقطاع الأمنى ،المستفيدون من الخدمات المقدمةمن قوات الشرطة كالجوازات والرخص والبطاقات الشخصية وخدمات الجمارك .

عينة البحث:-

إختار الباحث العينة الطبقية (stratified sample) لأنهاتكون ممثلة لمختلف الطبقات المتجانسة أوالفئات فى المجتمع المراد قياسه أومسحه ،ويكون حجم الفئة متناسقاً مع حجم الطبقة فى المجتمع الأصلى.

وعليه فإن الباحث قسم العينات إلى فئتين يتم توزيع وتصميم الإستمارات على ضوئهما على النحو التالى :-

١/ إ ستمارة رقم (١) خاصة بالجمهور الداخلى والذى تم تحديده حصراًعلى العاملين بإدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية (ضباط وضبط صف وجنود وموظفون) بواقع عدد(٤٨) إستمارة.

٢/ إ ستمارة رقم (٢) للجمهور الخارجى ((المواطنين)) بواقع عدد(٢٠٠) إستمارة .

أدوات البحث:

إستخدم الدارس العديد من الطرق والأدوات للحصول علي البيانات والمعلومات والآراء والاتجاهات من المبحوثين حتى يسهل تحليلها وتقويمها واستخلاص نتائجها للاستفادة منها في التعريف بوظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية وطريقة أدائها. ومن هذه الأدوات :.

١/ الملاحظة :-

إستفاد الدارس من عمله فى فترة من الفترات بالمجال الشرطى والأمنى في تكوين ملاحظات كثيرة عن طبيعة عمل المؤسسة وسلوك أعضائها فيما يتعلق بالعمل داخل المؤسسة وعلاقاتها مع

الجمهور خارج المؤسسة ومدي تأثيرها علي الصورة العامة للمؤسسة لدي الجماهير ، والمعوقات التي قد تحول دون تواصل منسوبي المؤسسة مع الجمهور العام .

٢/ المقابلة :-

وذلك بمقابلة المبحوثين وتسجيل أرائهم ومعلوماتهم عن أداء المؤسسة والأراء السالبة والموجبة عن كل ما يتعلق بالمؤسسة من تنظيم وأسلوب إدارة وعلاقاتها بالمؤسسات النظيرة ومدي قبولهم أو رفضهم لبعض ممارسات منسوبيها لاستخلاص الدلالات الصحيحة التي تساعد علي إرساء دعامة قوية لعمل العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة.

٣/ الاستبيان :-[١]

يعرف الاستبيان بأنه (أداة جمع البيانات من المبحوثين عن طريق استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة ترسل بالبريد أو تسلم للمبحوثين الذين يقومون بتسجيل إجاباتهم بأنفسهم علي هذه الاستمارات) وقد سعي الدارس إلي تحديد الأسئلة بدقة مع بيان أهداف البحث وجمع الباحث بين أسلوب الاستبيان وأسلوب المقابلة في دراسته للحصول علي اكبر قدر من المعلومات والبيانات وتكوين صورة واضحة تساعد في الخروج بنتائج جيدة تخدم أهداف البحث .

حدود البحث (الإطار الزماني والمكاني):

الإطار الزماني :-

إختار الباحث الفترة الزمنية من (يوليو ٢٠٠٦م -يوليو ٢٠٠٧م)

أسباب اختيار الفترة الزمنية : .

١. إكتمال الهيكل التنظيمى لقوات الشرطة بصورته النهائية بعد التعديلات التى أجريت عليه عقب إتفاقيةنيفاشا.
٢. شهدت هذه الفترة حالات كثيرة تتسم بالصعوبة في التعامل بين قوات الشرطة والمؤسسات الصحفية .
٣. إنتهاج الإدارة الجديدة لقوات الشرطة سياسية الباب المفتوح مع الصحفيين ووسائل الإعلام والجماهير بصفة عامة . وذلك بإنشاء المكتب الصحفى الذى يساعدفى الحصول على المعلومة الأمنية من مصادرها الرسمية .
٤. بداية عملية الشراكة بين الحكومة والحركة الشعبية بعد عملية السلام وتنفيذ بنود اقتسام السلطة .

---

[١] دكتور/ سمير محمد حسين : بحوث الإعلام (القاهرة . عالم الكتب ، الطبعة الثانية ١٩٩٥) ص(٢٠٦)

٥. تغيير إ سم الإدارة من إدارة الإعلام والتوجيه المعنوى إلى إدارة الإعلام والعلاقات العامة وتبديل تبعيتها الإدارية من مدير الإدارة العامة للخدمات إلى نائب مدير قوات الشرطة مباشرة .

٦. الطفرة الفنية فى الوسائل المستخدمة بالإدارة.

الإطار المكاني :-

إختار الباحث ولاية الخرطوم بإعتبارها مركزاً لكل المؤسسات العامة والخاصة ، والتواجد الكثيف للإدارات العامة والمتخصصة للشرطة السودانية ،ولوجود رئاسة قوات الشرطة الإتحادية بها ،بالإضافة إلى أن إدارة الإعلام والعلاقات العامة تقع رئاستها فى الولاية وتتعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة فى الولاية بصورة كبيرة .

الدراسات السابقة:

أطلع الباحث علي العديد من الدراسات السابقة لهذه الدراسة مستفيدا منها في جوانب عديدة ويسعي إلي التعرض لما أغفلته تلك الدراسات فيما يتعلق بممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بصورة عامة ومؤسسات الشرطة بصورة خاصة وإلي محاولة التوسع فيما وصلت إليه تلك الدراسات ومن هذه الدراسات : .

الدراسة الأولى :.

عنوان الدراسة : تناول الصحافة السودانية لقضايا الأمن القومي السوداني .

فترة الدراسة : (١٩٩٦. ٢٠٠٠)

موضوع الدراسة : تناولت الدراسة تعرض الصحافة السودانية لقضايا الأمن القومي السوداني في الفترة (١٩٩٦ـ ٢٠٠٠) مع التركيز علي عدد من القضايا التي تتعلق بالمعلومات الخاصة بهذا الموضوع بالتطبيق علي صحيفتي أخبار اليوم وألوان .

وتتبع مشكلة الدراسة في رأي الباحث في التشابك بين عدد من الأبعاد الأساسية:-

أولها: تناول الصحافة السودانية لقضايا الأمن القومي الداخلي والخارجي التي تعتبر واحدة من المشكلات التي تحتاج إلي دراسة وافرة .

وثانيها : مشكل التناول السلبي لمعلومات الأمن القومي في بلد مثل السودان تحفه المخاطر الأمنية سواء علي المستوى الداخلي أو الإقليمي أو العالمي.

منهج الدراسة : استخدم الباحث المنهج المسحي وركز علي أسلوب تحليل المضمون كأحد أفرع المنهج المسحي بالإضافة لاستخدامه المنهج التاريخي وتحليل الفئات .

أهمية الموضوع: تنبع أهمية الموضوع من أهمية التناول الموضوعي لقضايا الأمن القومي في الصحافة في دولة مثل السودان لأنه تناول هذه القضايا في الصحافة السودانية كان ولازال يشكل هماً كبيراً للحكومات وكل قطاعات الشعب السوداني وذلك لعدة أسباب:-

المشكلات التي تنجم عن التناول الخاطئ لهذه القضايا في الصحافة وبالتالي تجنبها.

الخسائر البشرية والمادية الكبيرة التي تقع علي الدولة جراء الخطا في التعامل مع مثل هذه القضايا.

أهم نتائجها :

أ/ اهتمام الصحافة بقضايا الأمن القومي وذلك بإبرازها علي الصفحات الأولى .

ب/اعتماد الصحف بشكل أساسي علي وسائل الأعلام الخارجية في استقاء المعلومات الأمنية المتعلقة بالسودان .

ج/ تناول قضايا الأمن الداخلي فاقت نسبة تناول قضايا الأمن الخارجي .

د/ تركيز الصحف علي الموضوعات الخاصة بالصراع السياسي السوداني بنسبة كبيرة انصبت كلها في أهمية إيجاد الحل السياسي وتحقيق الوفاق الوطني .

هـ/ تناول الصحافة للموضوعات الأمن كان إيجابية صورة عامة [١]

الدراسة الثانية:-

أسم الدراسة دورالعلاقات العامةفى الشرطةالسودانية . دراسة تحليلية

اسم الباحث : (عادل حسين بلال)[٢]

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي .

أهمية الدراسة وأهدافها: تنبع أهمية الدراسة من أهمية جهاز الشرطة والعمل الذى يقوم به خدمةً للمواطن وللدولة والمجتمع ككل وتحاول الدراسة أن تتعرف على ما تقوم به هذه الادارة لخلق التفاعل مع الجمهور ووتهدف الدراسة إلى تقديم وصف شامل لإدارة العلاقات العامة للأدوات والبرامج التى تعدها لتحقيق وظائفها . وإبراز الصعوبات التي تعترضها وتوضيح واقعها وأساليب ممارستها وذلك لأهمية ودور جهاز الشرطة في خلق الانطباع الجيد عن أداء الحكومة واهتمامها

بالمواطن .

أهم نتائج الدراسة :

---

[١] الطاهر محمد أبوهاجة : (جامعة أمدرمان الاسلامية : كلية الأعلام – رسالة ماجسير غير منشورة)

[٢] عادل حسين بلال: جامعةالرباط الوطنيأكاديميةالشرطة العليا دراسةلنيل زمالة الأكاديمية غير منشورة ٢٠٠٤.

أ/ وجود جهاز للعلاقات العامة بالشرطةالسودانية .

ب/وجود تطور مستمر فى المستوى الإدارى فى الشرطة .

ج/وجود أهداف طويلة المدى ومتوسطة المدى وقصيرة المدى لتحسين العلاقة بين الشرطة والجمهور وخلق الوعى الأمنى لدى المواطن .

د/ ضعف التنسيق بين المستويات الإدارية المختلفة .

ه/ وسائل الاتصال غير فاعلة وليس مواكبة للتطور العالمي في مجال التكنولوجيا

الدراسة الثالثة:-

أسم الدراسة : الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدي المواطن القطري .

فترة الدراسة : (١٤٢٣هـ . ٢٠٠٢م) .

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي (أسلوب المسح) .

موضوع الدراسة :تعد الصورة الذهنية المنطبعة في أذهان الجماهير عن رجل الشرطة واحدة من المشكلات الهامة التي تجدر دراستها ، خاصة في ظل ظروف أمنية تتفاقم خطورتها يوماً بعد يوم بسبب تزايد عدد السكان ومعدلات البطالة والفقر . وفي ظل التحولات الديمقراطية والتقدم التكنولوجي في مجال المعلومات والأساليب الإجرامية وغيرها من الأسباب المؤدية إلي خلق أجواء أمنية غير مواتية كل ذلك يشكل تحدياً لرجال الشرطة ، الأمر الذي يدفعهم إلي تسخير كل الطاقات والإمكانات والبحث عن الوسائل والسبل لمواجهة مثل هذه الظروف والمستجدات . وتعد العلاقات الطيبة والجسور المتينة التي يتم بنائها بين الجمهور وجهاز الشرطة هي خير سبيل إلي بناء هذا النوع من العلاقات.

أهم نتائج الدراسة:

أ/ أن الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدي المواطن هي صورة إيجابية. حيث رأها كذلك ما يزيد عن (٨٠%) من أفراد وعينة الدراسة.

ب/أن (٤١%) من أفراد العينة كانوا قد تعرضوا للتهديد بالشرطة في مرحلة الطفولة(الشرطة أدى لتخويف الأطفال) .

ج/تري مجموعةمن أفراد العينة أن دخول مراكز الشرطة في الماضي كان عيباً ويسبب حرجاً اجتماعيا .

د/نسبه كبيرة من أفراد العينة تزيد عن(٧٠%) راضية عن أداء رجل الشرطة وسلوكه الشخصي باستثناء نزاهة الشرطة وحيادهم ،وهذا مؤشر سلبي إذا أخذنا في الاعتبار أن نزاهة رجال الشرطة وحيادهم تعد أهم ما يجب أن يتمتع به رجال الشرطة من خصائص .

هـ/أكثر الصفات السلبية التي حازت علي أعلي نسبة بين أكثر من خمسة صفات تم ذكرها في استمارة البحث هي صفة الواسطة والمحسوبية .

الدراسة الرابعة:-

أسم الدراسة: العلاقات العامة وأثرهافى علاقة الشرطة بالمجتمع .

التاريخ : (١٩٩٨م) .

مشكلة الدراسة : رغم أهمية موضوع البحث وخطورة دور العلاقات العامة والرأى العام فى أهم مجال من مجالات الحياة فى المجتمع وهو مجال العمل الشرطى والأمنى إلا أن الواقع يكشف عدم وجود دراسات علمية كافية تقنن إسلوب التعاون بين الشعب والشرطة .

منهج الدراسة: المنهج الوصفي بالتركيز على إسلوب البحث المسحى وإسلوب تحليل المحتوى لدراسة إسلوب الإتصال المتبع لإدارة العلاقات العامة بالشرطة

أهمية الدراسة: -

إن جهاز الشرطة مهما إرتفعت مستويات خدماته وتعالجت مشاكله المتمثله فى عجز القوة البشرية ونقص المعينات الفنيه فلن يكتب له النجاح إذا لم تقم العلاقات العامه بدورها فى نقل الحقائق للجمهور وإقناعهم بأهمية العمل الشرطى ٠والسعى إلى الإسهام فى تحقيق أهداف قوات الشرطة السودانية المنصوص عليها فى قانون الشرطة لسنة ١٩٩٢م٠

نتائج الدراسة:- خلصت الدراسة إلى :-

أ/ ضرورة إقامة جهاز علاقات عامة بكل إدارة من إدارات الشرطة لتتولى مهمة تدعيم العلاقة بين الشرطة والشعب

ب/ أهمية تحديد وتخصيص ميزانية منفصلة لنشاط العلاقات العامة .

ج/ تنوير المسؤلين بمهام العلاقات العامة وذلك عن طريق إعداد مرشد واف لهذا الغرض وتحسين الهياكل الوظيفية وتهيئة بيئة صالحة للعمل .

الدراسة الخامسة :-

إسم الدراسة : الصحافة وأثرها في التوعية الأمنية .

هدفت الدراسة إلي توثيق نمازج من القضايا الجنائية المهمة التي شغلت الرأي العام السوداني ، والوقوف علي مضامين الموضوعات الجنائية التي اهتمت بها الصحافة السودانية في فترة الدراسة واستنباط التوصيات والحلول من خلال نتائج الدراسة لتلافي السلبيات تعضيد الإيجابيات التي تعين في رسم منهج علمي تسترشد به الصحافة في أداء رسالتها في التوعية الأمنية .

منهج الدراسة: استخدم الباحث ما اسماه المنهج التكاملي التي يشتمل علي المناهج التالية :

١/ منهج دراسات العلاقات التبادلية : وهو منهج يسعى إلي دراسة الحقائق التي تم الحصول بهدف التعرف علي الأسباب التي أدت إلي حدوث الظاهرة .

٢/ منهج دراسات المسحية : باعتباره أقرب المناهج لهذه الدراسة .

٣/ المنهج التاريخي : وذلك بمعالجة تناول الصحف السودانية للقضايا الأمنية الجنائية منذ نشأة الصحافة ومسيرة تطورها .

أوصت الدراسة بالآتي :-

١. أهمية التنسيق الكامل بين الأجهزة الأمنية والصحفية لضمان المعالجة الإيجابية للموضوعات الجنائية في الصحافة السودانية .
٢. إنشاء جهاز مستقل متخصص لإدارة الأزمات الأمنية إعلامياً تشارك في هيكله كافة الجهات المعنية .
٣. دراسة الظواهر السالبة في المجتمع ووضع التوصيات ووضع الحلول الناجحة لها .
٤. عدم التكتم علي المعلومات الأمنية تجنبا للإشاعات الخارجية[١]

دلالات الدراسات السابقة وأهميتها للدراسة الحالية: -

من خلال إطلاع الباحث على الدراسات السابقة وموضوعاتها إستفاد منها فى تأطير ووضع حدود لرسالته حيث عملت الدراسات علي معالجة العلاقة بين الصحافة السلطة ومدى موضوعية تناولها لقضايا الأمن القومي بالإضافة إلي ممارسة العلاقات في المؤسسات الحكومية وأهميتها . وتناولت مسألة التوعية الأمنية التي هي من أهم الموضوعات المساعدة في خلق فهم وتواصل بين الجمهور والصحافة من جهة ومؤسسات الشرطة من جهة أخرى .

عمل لباحث علي التركيز لما أغفلته الدراسات السابقة التي كانت اهتمامها منصباً علي الأمن القومي المرتبط بعمل القوات المسلحة ، أو العمل الجنائي المرتبط بجهاز الشرطة. أما الدراسة الحالية قد اهتمت بتسليط الضوء علي العلاقات العامة ووظائفها برئاسة الشرطة السودانية ،

[١] عصام الدين عثمان زين العابدين (جامعة أمدرمان الإسلامية - كلية الأعلام - رسالة ماجستير غير منشورة)

والاهتمام بعلاقة قوات الشرطة بالمؤسسات الإعلامية لأهمية دورها في التأثير على الرأي العام وارتباطها بقياس مدي الحرية الإعلامية التي يتمتع بها الوسط الإعلامي وعلاقة هذه الحرية بالقيود التي تمارسها مؤسسات الشرطة في أحيان كثيرة . اهتمت الدراسات السابقة بتأثير حرب الجنوب على الحرية الإعلامية ومستوى القيود التي تمارسها السلطة على الصحافة في تناولها لأخبار الحرب. بينما اهتمت الدراسة الحالية بموضوع السلام والتغييرات المنتظر إحداثها في الأداء الإعلامي عموماً وفي مسألة القيود المفروضة على الصحافة وأجهزة الأعلام .

مفاهيم ومصطلحات البحث:

يعرف قاموس ويبستر *WEBSTER* المفهوم بأنه(لفظ عام يعبر عن مجموعة متجانسة من الأشياء وهو عبارة عن تجريد للواقع يسمح لنا بأن نعبر عن هذا الواقع خلاله)[١]

الأمن في اللغة:-

نقيض الخوف [٢] باعتبار أن هنالك دوافع كثيرة تحرك حياة الإنسان وتوجه مسار سلوكه ، فهي أما دوافع بيلوجية عضوية كالجوع والعطش والنوم والتنفس.أو دوافع نفسيه يصعب إيجاد أساس عضوي يقسرها ويعرف الامن أيضاً بأنه (التحرر من الخوف)[٣] .

(SECURITY IS FREEDOM FROM FEAR MUSTBEPUT FIRST)

الأمن اصطلاحاً : - (*SECURITY*)

يستخدم في العديد من المجالات والمواقف ابتداء من الإجراءات البسيطة بتأمين المواطنين داخل الدولة ضد الأخطار المحتملة التي تمس المواطنين أنفسهم في سلامتهم وحياتهم وحرياتهم وأحوالهم ، وانتهاء بالإجراءات الخاصة بتأمين الدولة نفسها . وهي التي يطلق عليها اصطلاحً الأمن القومي.

المؤسسات الأمنية:-

هي التي تضطلع بدور حماية الوطن وتأمينه من المخاطر والمهددات الأمنية والمحافظة علي استقلاله وسلامة مواطنيها .

المؤسسة: -

تعريف د. سليمان الطماوي : -

المؤسسة (مؤسسة إدارية من مؤسسات القطاع العام تتمتع بشخصية مستقلة كما أنها تختص بمورد مالي ونمط إداري مستقل للقيام بأعمال الدولة وتنشأ وفقاً لقانون يحدد أعمالها وواجباتها وحقوقها وتخضع لقواعد القانون الإداري العام)[٤]**ويقصد بالمؤسسة في هذه الدراسة : أجهزة الشرطة السودانية .**

---

(١) دكتور محمود / حسين إسماعيل : مرجع سابق ص ٨٧

(٢) لسان العرب : الباب الأول ص ١٥

(٣) دكتور / عمر أحمد قدور : شكل الدولة وأثره في استراتيجيات وفلسفة الأمن (الخرطوم سلسة انتشار - عام ١٩٩٧م ص ١٥٣)

(٤) عبد الباري دره : العمال البشري والإنتاجية في المؤسسات العامة. الطبعة الأولى ١٩٨٢م ص ١٤.

الوعي الأمني :- يقصد به تنمية الإحساس لدى المواطنين بمسؤليات المواطنة الحقيقية فى التعاون مع أجهزة الشرطة ودعم جهودها فى التصدى بكل ما يخل بأمن المجتمع وكذلك توعيتهم بوجوب إتخاذ الإجراءات الوقائية التى تكفل أنفسهم وممتلكاتهم.

العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية :-

يقصد بها رئاسة الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية .

الشرطى:-

يقصد به أى فرد من افراد قوات الشرطة من الضباط وضباط الصف والجنودأوأى قوات أخرى منشأة بموجب المادة ((١٢٥)) من الدستور [١].

[١] وزارة الداخلية :رئاسة الشرطة السودانية "قانون الشرطة لعام ١٩٩٨م"

تبويب البحث

- المقدمة .
- مشكلة البحث .
- أهمية البحث.
- أهداف البحث .
- تساؤلات البحث .
- منهج البحث .
- مجتمع البحث.
- أدوات البحث .
- الإطار الزماني
- الإطار المكاني
- الدراسات السابقة .
- مفاهيم ومصطلحات البحث.
- تبويب البحث.

المبحث الأول

مفهوم العلاقات العامة

ماهية العلاقات العامة:

هنالك خطأ شائع عند كثير من الناس في فهم جوهر العلاقات العامة العامةإذ يعتقدون انها مجرد اعداد نشرات أو اصدار كتيبات أو القاء خطب واستعمال للكلمات المنمقة والعبارات المعسولة ،ويرى الدكتور محمود جودت[١] أن الواقع عكس ذلك تماماً لان العلاقات العامة في رايه لاستخدام وسائل النشر إلا لمجرد أن هذه الوسائل تعد جانبا من جوانبها وتعتمد عليها في النقل الصادق والتعبير الدقيق للابلاغ عما يراد ايصاله للناس من جهة ومن جهة اخرى أن العلاقات العامة تتمثل في دراسة الجماهير والتعرف عليهم وعلى افكارهم وارائهم واتجاهاتهم تجاه المنظمة أو الادارة التي تتعامل معهم ومن ثم نقل هذه الافكار والآراء والمبادئ والاتجاهات إلى الادارة ليصبح ذلك مستندا لديها في تعديل سياساتها وبرامجها بشكل يتناسب مع تلك الآراء والاتجاهات الجماهيرية.

وهناك خلط آخر يقع فيه غالبية الناس في فهمهم لماهية العلاقات العامة إذ يخطئ الكثيرون في الخلط بين العلاقات العامة والاعلان والدعاية والاعلام[٢] لذا فمن الضروري قبل التعرض لتعريفات العلاقات العامة أن نبين الفرق بينها والاعلام والدعايةوالاعلان.

أولاً : الإعلام: Information : يقصد بالإعلام نقل الاخبار والمعلومات الجديدة التي تهم الجمهور في وقت معين ، حتى يتمكن هذا الجمهور من تكوين رأيه على اساس من الواقع والحقائق بدون تزوير أو تصنيف[٣]

---

[١] أ.د/ محمود جودت ناصر . الدعاية والاعلان والعلاقات العامة – عمان الاردن دار المجد الاولى طبعة اولى عام ١٩٩٨م ، ص١٧.

[٢] د. سمير محمد حسين – العلاقات العامة – القاهرة – عالم الكتب، ط٢ ١٩٩٦م.

[٣] د. محمود جودت ناصر . مصدر سابق ، ص١٩٠.

بالإضافة إلى ذلك يجب أن يستكمل الخبر كل عناصره الفنية من حيث الدقة والحاليه والأهمية حتى لا يفقد قيمته الإعلامية[١]

ويعتبر ترتيب الخبر في النشرة الإخبارية لأية وسيلة إعلامية والمساحة والوقت الذي يعطي له الخبر أهم مؤشر على أن الخبر ما زال في دائرة الإعلام وهذا ما يميز الإعلام عن الدعاية والإعلان[٢]

ثانياً: الدعاية:. Propaganda

الدعاية هي(فن السيطرة على عقول الناس عن طريق تقديم نشرة أو فكرة معينة دون الاشارة إلى مصدر المعلومات ،وهذا ما يجعل الجهة الداعية تستطيع نشر ما تشاء وما يروق لها دون تحري الدقة والصدق والأمانة[٣]

ويركز الدكتور على عجوة على مفردة التاثير عند تعريفه للدعاية إذ يقول: (أن الدعاية في رأيي هي تلك الجهود المقصودة للتأثير على الغير لإقناعه بفكرة أو رأي ، أوكسب تأييده لقضية أو شخص أو منظمة أو تغيير الإتجاهات السائدة نحو قضية معينة بهدف تغير سلوك الأفراد أو الجماعات أو خلق أنماط جديدة من السلوك) وبذلك يؤكد على أن تعتمد إحداث التأثير شرط أساسي لوجود الدعاية[٤]

ثالثاً: الإعلان :. Advertising

هو (نشر المعلومات والبيانات على السلع والخدمات والأفكار في وسائل النشر المختلفة بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو تقبلها ،وذلك لقاء دفع مقابل أو ثمن للنشر ،ولهذا يتمكن صاحب الإعلان في التحكم في رسالته الإعلانية وعن طريقة نشرها والمكان الذي يظهر فيه ووقت عرضها)[٥]

رابعاً: العلاقات العامة: Public Relations

---

[١] د، علي عجوة – الاسس العلمية للعلاقات العامة – القاهرة – عالم الكتب الطبعة الرابعة ، ص٢٧.

[٢] د. علي عجوة – الاسس العلمكية – مصدر سابق ، ص٢٨.

[٣] د. محمود جودت ناصر – الدعاية والاعلان والعلاقات العامة –مصدر سابق ، ص١٩٠.

[٤] د. علي عجوة: – الاسس العلمية – ص٢٨.

[٥] د. محمود جودت: االدعاية والإعلان–مصدر سابق – ص١٩١.

تهدف العلاقات العامة إلى كسب رضا الجماهير عن المنشأة لدرجة تجعل من هذه المنشأة تستفيد من نشاط العلاقات العامة عن طريق الإهتمام الذي تثيره هذه العلاقات العامة في مكافحة الآراء الخاطئة أو المخالفة للمصلحة العامة ،وذلك بإستخدام وسائل التعبير المناسبة التي توضح نشاط هذه المنشأة كالكتيبات والأفلام والصحافة[١]

يتضح مما سبق أن العلاقات العامة تختلف من حيث الهدف عن الإعلان،لأن الإعلان يقتصر هدفه على بيع السلعة أو تنشيط الخدمة بمعنى تحقيق الربح، بينما العلاقات العامة تهدف إلى ايجاد رابطة قوية ومتينة بين المنشأة أو الجماهير والمنظمات الأخرى المتصلة بها عن طريق الإتصال المستمر بين الجهتين.

تعريفات رواد العلاقات العامة:.

مرت تعريفات العلاقات العامة بعدة مراحل، ترتبط كل مرحلة منها بتطور العلاقات العامة ووظائفها وأنشطتها ، لذا من المفيد التعرف على الجوانب المختلفة لتطور مهنة العلاقات العامة والتغييرات التي طرأت على مفهومها عبرة عدة مراحل.

تعريف كانفيلد: CANFIELD

يعرف كانفيلدالعلاقات العامة بأنها (الفلسفة الإجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه[٢]

تعريف بيرنز: Edward Bernays

العلاقات العامة هي (مجال النظرية والممارسة التي تتناول العلاقة بين الناس والمجتمع الذي يعتمدون عليه في بقائهم ونموءهم [٣] .

---

[١] د. محمود جودت:الدعايةوالإعلان – مصدرسابق – ص١٩١.

[٢] د. علي عجوة – الاسس العلمية،مصدرسابق ص٣٠.

[٣] د. سمير محمد حسين:العلاقات العامة – مصدر سابق – ص٣٦.

ويرى الدكتور سمير حسين [١]أن هذا التعريف من التعريفات المبكرة للعلاقات العلمة والتي تتسم بالغموض والتعميم الذي لا يضع حدوداً واضحة لمسئولية العلاقات العامة وأسنشطتها ووظائفها.

تعريف آخر لبيرنز:. Edwaard Bernays

في كتابه " هندسة التفاهم The Engineering of Conset قام بيرنز بتطوير تعريفه السابق للعلاقات العامة بقوله " أنها محاولة إستخدام الإقناعي والتكييف لكسب تأسيد الجماهير لنشاط العلاقات العامة لأي مؤسسة[٢]
والمتغيرات الجديدة التي أدخلها بيرنز لتعريفه الجديد للعلاقات العامة هي عمليات الإقناع ،ونقل المعلومات ،والتكيف والتوافق بهدف كسب التأييد للأنشطة التي تقوم بها المنشأة.

تعريف جريزويلد : GRISWOLD

العلاقات العامة هي (الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الإتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه[٣]

تعريف بول جاريت Paul garete

عرف العلاقات العامة بأنها" ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة بصورتها الحقيقية ،وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى بإحترامه[٤]

تعريف إدوارد روبنسون Robinson Edward

(العلاقات العامة كعلم إجتماعي وسلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تضمنت الآتي:

١/ قياس وتقويم وتفسير إتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة.

---

[١] سميرمحمدحسين:العلاقات العامة مصدرسابق،ص٣٦

[٢] نفس المصدر :ص٣٧

[٣] محمدمنيرحجاب:المداخل الأساسيةللعلاقات العامة،القاهرة،دارالفجر ،ص٣٤

[٤] على عجوة:العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق القاهرة علم الكتب، ٢٠٠١مص١٥

٢/مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة جماهيرها ،وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وسياساتها والأفراد العاملين بها.

٣/ تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح وإحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها.

٤/ تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها[١]

ويرى الدكتور علي عجوة[٢]: إن هذا التعريف هو أكثر التعريفات دقة وشمولا لوظائف العلاقات العامة لأنه إرتكز على أساس علمي بحكم أنه خلاصة لدراسة قام بها صاحبه، وتأكيد التعريف أيضاً على مسئولية جميع العاملين بالمنظمة في تحقيق التفاهم والتوافق بين المنظمة وجماهيرها.

*** تعريفات الجمعيات والإتحادات العلمية والمهنية:**

تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة [٣]

عرف المعهد البريطاني العلاقات العامة بأنها " الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة وإستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة وجماهيرها"

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة : (IPRA)

" أن العلاقات العامة هي الوظيفة المستمرة والمخططةللإدارة والتى تسعى بها المنشآءات بإختلاف أنواعها وأوجه نشاطها إلى كسب تفاهم الفئات الجماهيرية ذات الصلة الحالية والمستقبلية بها وتعاطفهم وتأييدهم والحفاظ على إستمرار هذا الفهم والتأييد وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه وتقويمه للإسهام بسرعة في رسم سياسيات المنشأة وأوجه نشاطها أو تحقيق المزيد من التعاون الخلاق المستمر والإنجاز الفعال للمصالح المشتركة بين المنشآت وجماهيرها بإستخدام الإعلام الشامل المخطط[٤]

تعريف جمعية العلاقات العامة الامريكية:

---

[١] على عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ،مصدرسابق ،ص١٧

[٢] نفس المصدر ،ص١٧

[٣] محمدمنير :المداخل

الأساسية، مصدرسابق ص٧٣

[٤] محمد مصطفى أحمد:الخدمة الإجتماعية فى مجال العلاقات العامة،الإسكندرية ،دارالمعارف،١٩٩٧م،ص١٨٨

العلاقات العامة هى نشاط أي صناعة أو إتحادأوهيئةأو مهنة أوحكومةأو أى منشأة أخرى فى بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمة حسب الظروف المحيطة بها بوجه عام لكي تحور من سياساتها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع[١]

التعريف الفرنسي للعلاقات العامة:

ركز التعريف الفرنسي على ممارس العلاقات العامة وعلى المفهوم المثالي للإعلام ، حيث جاء فيه " تتمثل واجبات ممارس العلاقات العامة – سواء كان من العاملين بالمنشأة أو مستشاراً خارجياً مستقلاً في إسداء النصح والمشورة إلى المنشأة وتوظيف خدماته لإيجاد علاقات طيبة قائمة على أساس الثقة المتبادلة مع الجماهير وإستمرارها ،وتزويد الجمهور بالمعلومات الخاصة بإنجازات المنشأة وبكل المتغيرات المؤثرة في أنشطتها كما يمكن أن تشمل هذه الواجبات أيضاً علاقة المنشأة بالعاملين، ويعتبر ممارس العلاقات العامة مسئولاً عن تنفيذ السياسية المقترحة وقياس النتائج ويجب أن تكون المعلومات عن المنشأة صريحة المصدر وموضوعية تماماً ، وبعيدة عن الدعاية والإعلان وأن يتم التعاون الوثيق بين ممارس العلاقات العامة والمسئول الصحفي بالمنشأة بحكم علاقاته الوثيقة مع وسائل الإعلام[٢]

تعريف المؤتمر العالمي الأول للمنظمة الدولية للعلاقات العامة " مكسيكو ١٩٧٨م" :.

" العلاقات العامة كممارسة تتمثل في تحليل الإتجاهات والتنبؤ بالإحتمالات المترتبة عليها ،وتقديم المشورة إلى الإدارة العليا للمنظمات وتنفيذ برامج مخططة تخدم كلا من المنظمة وجماهيرها[٣]

تعريفات بعض الكتاب العرب:

الدكتور إبراهيم امام[١]

---

[١] محمدمنير حجاب:الداخل الأساسية ،مصر سابق،ص٣٢

[٢] سمير محمدحسين:العلاقات العامة،مصدرسابق،ص٣٩

[٣] نفس المصدر :ص٣٨

[١] إبراهيم إمام:العلاقات العامة والمجتمع ،القاهرة ،مكتبة الأنجلوالمصرية ،١٩٦٨م

العلاقات العامة هي " العلم الذى يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي"

الدكتور على عجوة: [٢]

العلاقات العامة هي(الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الإتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية إحتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع.)

الدكتور محمد منير حجاب[٣]

العلاقات العامة هي" الجهود الإدارية الخلاقة المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والإتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الإنسجام الإجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يشغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

ويرى الباحث أن هذا التعريف خلاصة التعريفات التي يتم ايرادها لتوضيحه أن العلاقات العامة جهود إدارية مدروسة ومستمرة وبذلك إستبعد الجهود العفوية غير الإدارية والإرتجالية الوقتية غير المدروسة وغير المستمرة – بالاضافة إلى ذلك ركز على أهمية تدريب وتأهيل الأفراد الذين يمارسون مهنة العلاقات العامة للإرتقاء بها وتطبيقها بصورة علمية مدروسة.

الدكتور سمير محمد حسين [١]

العلاقات العامة هي " وظيفة إدارية أساسية لها جانبها الإستشاري – الذي يتمثل في تقديم النصح والمشورة للإدارة مما يسهم في ترشيد القرارات الإدارية

---

[٢] على عجوة :الأسس العلمية للعلاقات العامة ،مصدر سابق،ص٢٤

[٣] محمدمنيرحجاب:المداخل الأساسية للعلاقات العامة،مصرسابق ،ص٣٤

[١] سمير محمد حسين:العلاقات العامة ،مصدرسابق،ص٥٥

والتنفيذي الذي يتمثل في القيام بالعمليات الإتصالية، وهي أساساً عملية علاقات علاقات مع الجماهير الداخلية والخارجية للمنشأة ومع البيئة مهمتها الأساسية إحداث تأثيرات إيجابية لدى هذه الجماهير بالإستخدام المستمر للبحوث والأنشطة الإتصالية وفق تخطيط مدروس بما يؤدي إلى إيجاد أكبر قدر ممكن من المعرفة التبادليه المشتركة بين الإدارة والعاملين داخل المنشأة لتوفير المناخ المناسب لزيادة الكفاءة الإنتاجيةو إلى تكوين صورة ذهنية متميزة عن المنشأة لدى الجمهور الخارجي وتوطيد السمعة الطيبة لها، مما يسهم في تحقيق التكيف والتوافق بين المنشأة والمجتمع لزيادة فاعلية الأداء الإقتصادي للمنشأة وتدعيم مكانتها الإجتماعية"

أهم ما يميز هذا التعريف في رأي الباحث هو:

١/ أن المؤلف جعل العلاقات العامة وظيفة إدارية لها جانبين:

أ/ إستشاري :. تقديم النصح والمشورة للإدارة

ب/تنفيذي :. العلاقة مع الجمهور عبر العمليات الإتصالية

٢/ التأكيد على إسهام العلاقات العامة في ترشيد القرارات الإدارية.

٣/ التركيز على الأداء الإقتصادي للمنشأة بالإضافة إلى تدعيم مكانتها الإجتماعية.

٤/ الدعوة إلى الإهتمام بتكوين الصورة الذهنية المتميزة عن المنشأة لدى الجمهور الخارجي وتوطيد سمعتها الطيبة.

العلاقات العامة علم أم فن:

أثير جدل كبير حول تحديد طبيعة العلاقات العامة فيما إذا كانت علم أم فن أم مهنة تجمع بين كافة هذه النشاطات وذلك نظراً لأن ممارستها تعتمد على المهارات الشخصية والخبرات والقدرات الخاصة ونظراً لأنه في بداية ممارستها لم تكن هنالك دراسات وأسس علمية أو تخصصات فيها، ونظراً لأنه لم يزل حتي الوقت الحاضر في العديد من البلدان وخاصة النامية لم تفتح لها كليات ومعاهد متخصصة لدراستها.

لذلك ومن أجل التوصل إلى النتيجة المقنعة لا بد لنا من التعريج على تعاريف كل هذه المصطلحات.

الفن : هو المهارة البشرية والمقدرة الشخصية التي يتمتع بها الإنسان ويستخدمها في تطبيق المبادئ والنظريات العلمية[١]

العلم: هو مجموعة من القواعد التي تكتشف بالتجربة والبحث ولا تختلف قيمتها من مجال لآخر كالعلوم الرياضية والكيمائية والفيزياء مثلاً [٢]

ويقول " إستيوارت بل" في تعريفه للعلم بأن العلم: (هو ما يبحث فيما هو كائن لا فيما ينبغي أن يكون، ويبحث في المسائل التي ترتبط ببعضها البعض بعلاقات ضرورية[٣]

ويوضح التعريف السابق أن العلم يقوم على أساس موضوعي في حين أن الفن يقوم على الملكات والمواهب .

المهنة: : تعني التخصص في دراسة علم ما وإمتلاك الخبرة في ممارسته وإتخاذه الشغل الشاغل الذي يتفرغ الإنسان لمزاولته كالطب والقانون والإعلام والصيدلة.

ومما تقدم نلاحظ أن العلم والفن متصلان أتصالاً وثيقاً فليس من المتصور أن يقوم علم بدون فن أو يرقى فن بدون علم

ويقول الدكتور/ محمد جودت ناصر :(أن العلم والفن ليسا متناقضين وإنما متكاملين إذ أن أي تقدم يحرزه العلم في مجال معين لابد وأن يلاقىتقدماً مماثلاً في أدائه هذا من جهة، ومن الجهة الأخرى إن أى شخص كان سيمارس العلاقات العامة بالإعتماد على الفن فقط سوف يتعرض لمغامرة النجاح والفشل لأن تطبيقه لها سوف يكون قائماً على التقدير والتخمين والحدس والخبرات الشخصية لذلك من الأجدر له التزود بالمبادئ والقواعد العلمية التي تمكنه بمهارته وقدراته الشخصية من تطبيق العلاقات العامة بنجاح [١]

---

[١] محمدجودت:الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ،مصدر سابق،ص١٨٠

[٢] نفس المصدر :ص١٨٢

[٣] محمدمنيرحجاب :المداخل الأساسية،مصدرسابق،ص٤٣

[١] د/محمد جودت ناصر :الدعاية والإعلانوالعلاقات العامة ،مصدرسابق ،ص١٨١

ويورد الدكتور على عجوة تعريفاً لـ " كانترألن " يقول فيه:-(أن العلاقات العامة تندرج تحت قائمة الفنون التي تعتمد على أساس علمي ،والتي أكتسبت مع محاولات التقنيين العلمي سمة العلم في دراستها ،وصفة الفن في ممارسة تطبيقها، ولأن المجال التطبيقي للعلاقات العامة هو التكييف الإجتماعي بين لفراد أو المنظمات والمجتمع، فكثيراً ما يطلق عليها علم الإجتماع التطبيقي)[٢]

وفي إطار المقارنة بين العلم والفن يضاً نجد أن الفن يعتمد في الغا لب على علم أو علوم تطبيقية مختلفة ليرتقي ويصبح تشاطاً ملحوظاً وذا نفع للبشرية.

وبينما نجد أن العلم يجمع بين الحقائق لكي يمكننا من الحصول في نظرة واحدة على أكثر ما يمكن في النظام العام للكون ، نجد أن الفن مع أنه يتظاهر بإتباعه للقوانين العامة فإنه يتبعها فقط في بعض تفصيلات نتائجها التي تؤدي إلى تكوين قواعد السلوك ويحصل عليها من أجزاء ميادين العلم الخاص بهم[٣]

ويخلص الدكتور محمود جودت ناصر[٤]) إلى خلاصة مفادها:- " أنه إذا تم النظر إلى العلاقات العامة من حيث تدريسها وتعليمها فهي بدون شك علم له مبادئه ونظرياته، وإذا تم النظر اليها من حيث التطبيق والممارسة فهي فن يعتمد على العلم لأنها تحتاج إلى مهارات شخصية وقدرات ذاتية.

ويصل الدكتور علي عجوة إلى خلاصة قريبة من النتيجة السابقة ويقول:- (أن العلاقات العامة علم وفن فهي علّم من ناحية إنها تتبع الإسلوب العلمي في البحث والتشخيص ،وفن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية أي من ناحية التنفيذ[١]

وفي إتجاه قريب من كل ما تقدم يأتي تعريف الإجتماع العالمي الأول لهيئات العلاقات العامة عام ١٩٧٨م " مكسيكو سيتي" ليقرر بأن ممارسة العلاقات العامة هي فن وعلم تحليل الإتجاهات والتنبؤ بنتائجها وتقديم الإستشارة

---

[٢] نفس المصدر :ص١٨١

[٣] على عجوة – الاسس العلمية – مصدر سابق ،ص٣٢

[٤] محمدجودت ناصر :الداعية والإعلان،مصدر سابق،ص١٨٣

[١] على عجوة :الأسس العلمية ،مصدرسابق،ص٢٤

لقادة المنظمة وتنفيذ برامج عمل مخطط لها لخدمة مصلحة كل من المنظمة والجمهور

هذا التعريف بالرغم مما يبدو عليه الميل المهني إذا جاز لنا التعبير إلا أنه يمكننا على الحصول لفهم أفضل وأشمل وأصوب لما تعنيه العلاقات العامة.

وقد حدد التعريف ثلاثة أدوار رئيسية لمهنة العلاقات العامة منها:

١/ تحليل الإتجاهات

٢/ التنبؤ بالنتائج.

٣/ تقديم الإستشارة لقادة المنظمة.

تقع هذه الأدوار ضمن سياق الإدارة ، حيث يساعد الموظفون في تأطير وتنفيذ وتكييف وإيصال السياسات التي تحكم كيفية تفاعل المؤسسة مع جماهيرها ،ويتحقق التفاعل عبر العلاقات العامة، فمن خلالها تتمكن المؤسسة من التصرف بمسئولية وإستجابة في السياسة وفي المعلومات ،وتجاه المصالح الأفضل للمؤسسة وجمهورها.

المبحث الثاني

نشأة العلاقات العامة

بالرغم من أن العلاقات العمة الحديثة ولدت مع مطلع القرن العشرين إلا أن نشاطها يمتد جذوره إلى مسافات بعيدة عبر التاريخ ، فنشاط العلاقات العامة كان يمارسه الإنسان منذ القدم وفي مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعايش مع من حوله ولكن هذا النشاط يمارس بطريقة غير واضحة نسبة لبساطة الحياة وعدم تعقدها [1] هذا التفاهم الإنساني هو جوهر العلاقات العامة ، وإن دل هذا إنما يدل على أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية . فأين ما وجد تجمع إنساني فلابد من قيام علاقات بين أفراد هذا المجتمع . هذه العلاقات قد تشوبها بعض الشوائب وقد ترقى إلى مستوى التفاهم شبه الكامل بين الأفراد ، ونفس الوضع بالنسبة للمنظمات والمنشآت فإن نجاح علاقاتها العامة مرهون "بمدى اكتساب ثقة جماهيرها الداخلية والخارجية التي تتعامل معها"[2] ثم تطورت العلاقات العامة مع تطور أنماط الحياة وصورها المختلفة حيث أنها ظاهرة اجتماعية حتمية لابد وأن توجد كنتيجة طبيعية للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والمنظمات بمختلف أنواعها.

ومع أن مصطلح العلاقات العامة من المصطلحات الحديثة والتي يختلف الكتاب في تحديد تاريخ ظهورها لأول مرة فإن الاعتراف بقوة الرأي العام يمتد إلى عصور ما قبل التاريخ ، وفكرة اتصال الأفراد بعضهم ببعض وتبادلهم الآراء قديمة قدم الإنسان ولكن الجديد في الموضوع هو وجود وسائل إعلام لم تكن معروفة من قبل، والأهمية التي تعطي الموضوع لنمو وقوة الرأي العام.[3]

فالعلاقات العامة كانت وما تزال قطب الرحى في كل مجتمع وفيما يلى يتعرض الباحث إلى نشأة وتطور العلاقات العامة ويمكن تقسيم التطور التاريخي للعلاقات العامة إلى قسمين :-

---

[1] فخري جاسم سلمان وآخرون : العلاقات العامة" .بغداد١٩٨١م،وزارةالتعليم العلى" ،ص١٧

[2] محمد العزازي أحمد أبو إدريس : العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة ."الزقازيق،المكتبة العلمية ،١٩٩٨م"ص١٨

[3] فخري جاسم سلمان :العلاقات العامة– مصدر سابق ص ٣٣.

أولاً: العلاقات العامة القديمة وتشمل النشاطات التي يمكن إعتبارها البذور الأولى لها والتي تمتد منذ وجود الإنسان البدائي حتى القرن التاسع عشر،

ثانياً: العلاقات العامة الحديثة وهي النشاط والعلم الذي ولد مع مطلع القرن العشرين وتطور تطوراً هائلاً في المفاهيم والوسائل وأصبح على ما هو عليه في وقتنا الحاضر.

وفيما يلي نتعرض لبعض نماذج ممارسات نشاط العلاقات العامة عبر العصور التاريخية المختلفة للوقوف على أهم إسهاماتها وكيفية ممارستها ومن هذه المراحل :-

العلاقات العامة في عهد الفراعنة :

نجد أن المصريين القدماء إستخدموا العلاقات العامة أيام السلم والحرب. وقد نجحوا في ذلك نجاحاً كبيراً من حيث التأثير على نفوس الناس وأفكارهم ومعتقداهم وإتجاهاتهم ، كما نجحوا في تعبئة مشاعرهم وكسب ثقتهم وتأييدهم وإقناعهم بالاتجاهات الجديدة خاصةً عند حدوث إنقلابات سياسية وظهور ديانات جديدة[1] كما كانت النقوش على الحجارة وواجهات المعابد تشير للإنتصارات الحربية للحكام وإنجازاتهم المختلفة[2] ولقد أتقن الفراعنة سياسة إختيار الوقت المناسب للقيام بالإتصال بالجماهير إذ إتخذوا المواسم والأعياد فرصة لنشر الأنباء والتعليمات كما نجد أن الملوك والحكام الفراعنة إستخدموا العلاقات العامة خاصة بعد الحروب لعرض إنتصاراتهم في المواقع الحربية المختلفة . وفي أثناء السلم كانوا يحاولون إبراز القضايا والمواقف الدينية ، وكان الهدف من ذلك هو كسب ثقة الشعب[3] .

مرحلة تاريخية أخرى مهمة إهتم الحكام فيها بممارسة أنشطة العلاقات العامة ورؤيتهم للتأثير على الرأي العام ولكسب ودهم هي مرحلة "العراق القديم" أو ما عرف في التاريخ بدولة أو مملكة "بابل وآشور" إهتم ملوك وحكام بابل وآشور بالتأثير

---

[1] د. إبراهيم وهبي ، د. كنجو عبود كنجو : العلاقات العامة وإدارتها "مدخل وظيفي " ط١ – ١٩٩٩م – ص٣٧.

[2] فخري جاسم سلمان وآخرون : مصدر سابق ص ٣٦.

[3] عبد الحي محمد صالح وآخرون :العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية "الإسكندرية ،دارالمعرفة الجامعيةللنشر" ،٢٠٠٠م،ص١٤

في عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداتهم وإتجاهاتهم في أوقات الأحداث والانقلابات السياسية والعسكرية والاقتصادية والثورات[1]

ودلالة على ذلك فقد كشفت الآثار أن الآشوريين هم أول من إبتدع النشرات المصورة فكانوا يرصدون إنتصاراتهم ويصورون بالألوان صور الأسرى من ملوك وأمراء يعرضونها في قصورهم وساحاتهم العامة وشوارعهم الكبرى ، فكانت تعمل عمل الملصقات واللافتات في يومنا هذا[2] .

وقد نقل عن الملك حمورابي أنه كان يدعو عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات، ففي هذا الوقت يستطيع أن يرفع أوامره وتعليماته. ولا شك أن هذا الإختيار دليل على إحكام خطة التوقيت ، أي إختيار الوقت المناسب لأعماله الإعلامي. وذلك من أسس العلاقات العامة الحديثة[3] .

ونجد أن الرومان واليونانيون قد توسعوا أكثر من الأشوريين والبابليين في أنشطة العلاقات العامة لأن حضارة اليونان والرومان كانتا تعتمدان كل الإعتماد على كسب ثقة الناس وتأييدهم، وعرف اليونان الشيء الكثير عن الإدارة العامة وإدارة الجماعة وإهتموا بالرأي العام ويتجلى ذلك في عبارتهم المشهورة "إن صوت الشعب هو صوت الله"

"The voice of people is the voice of God"

وإرادة الشعب هي إرادة الله ، ولعل أبلغ أمثلةالإعترا ف بقوة الرأى العام فى عهدهم نقش على واجهة مجلس الشيوخ العبارة التالية[4]

"مجلس الشيوخ والشعب الروماني "The Sentean the Roman People"" .

[1] عبدالحى محمدصلح وآخرون:العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية،مصدر سابق،ص١٥

[2] فخري جاسم سلمان:العلاقات العامة – مصدر سابق ص ٣٥.

[3] عبد المحي محمد صالح:العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية – مصدر سابق ص ١٥.

[4] نفس المصدر – ص ١٤.

أما اليونـان فقد تطورت أساليب التأثير في الرأي العام في عصرهم وظهر خطباء مشهورين في التاريخ أمثا ل سيرود مارك وأنطونيو [١]

إعتمـدت الحضـارة اليونانيـة فـي توصـيل الأخبـار وبـث الأفكـار علـى فـن الخطابة لطرح أفكار الفلاسفة وكان الغرض من ذلك أن يحظى أصحاب كل فلسفة بتأييد الرأي العام.[٢]

والحـديث عـن حضـارات الغـرب القديمـة يجرنـا إلـى التطـرق عـن مظـاهر العلاقات العامة في العصور الوسطى . وفي هذه الفترة ومنذ الثورة البروستانية التي قام بها مارتن لوثر وتحديثه لسلطة الكنسية الكاثوليكية ، وجدت هذه الكنيسة الجديدة أنـه لابـد مـن التفكيـر فـي فنـون الدعايـة المختلفـة مـن أجـل الـدين ، ومـن هنـا أخـذ الإهتمام يتجه نحو العلاقات العامة ويتسع ، وأمكن إستخدامها في المجالات الدينية بجانب المجالات الإقتصاديةو السياسية [٣]

وفـي معـرض حـديثنا عـن الحضـارات الإنسـانية نجـد أن العلاقـات تضـمنت معنيين أساسيين في الحضارة الإسلامية :-

***الأسـاس الأول** :ـ هـو كونهـا فلسـفة إجتماعيـة تـدعوإلى إحتـرام رأي الفـرد وإعتمـاد الرأي العام أساساً في كل أعما ل المنظمة.

***الأساس الثاني** :ـ نشاط إعلامي متخصص يتمثل في أساليب وتطبيقات متعددة الأشكال . ورغم أن العلاقات العامة لم تعرف بهذا الاسم قديماً إلا أنها وجدت فكراً وتطبيقاً في التراث العربي وبصورة خاصة في العصور الإسلامية[٤]

عند مجيء الإسلام أسهم مساهمة كبيرة في تطوير العلاقات العامة بمفهومها الفكري والتطبيقي ، فقد طبق الإسلام مبدأ إحترام الفرد وتفكيره حيث إتبع أسلوب الحجـة والإقنـاع لا القسـر والإرهـاب[٥] . وأن قـوة الـدعوة الإسـلامية تكمـن فـي شـورية

---

[١] محمدمنير حجاب:المداخل الأساسية ،مصدرسابق،ص١٨

[٢] نفس المصدر:ص١٩

[٣] محمدمصطف أحمد:العلاقات العامة من منظور الخدمة الإجتماعي"الإسكندرية،١٩٩٧م"،ص١٤

[٤] زيادالشرمان :مبادى العلاقات العامة "عمان ،الأردن،دار الهناء للنشر ،٢٠٠١م"،ص٢٤

[٥] فخرى جاسم :العلاقات العامة ،مصدر سابق،ص٤٤

الدين الإسلامي ، فقال تعالى: (وأمرهم شورى بينهم) الشورى (٣٨). (وشاروهم في الأمر) آل عمران (١٥٩) . والتي تعجز كل ديمقراطيات اليوم في بلوغ مثواه.

كما إعترف الإسلام بأهمية الرأي العام مما يعتبر اليوم من أهم مبادئ العلاقات العامة[1].

كما دعا الإسلام إلى العدالة المطلقة في معاملة الناس حيث قال تعالى في كتابه الكريم "وإن حكمت فأحكم بينهم بالقسط إن الله يحب المقسطين".

كما دعا إلى المساواة في تلك المعاملة "الناس سواسية كأسنان المشط لا فضل لعربي على عجمي إلا بالتقوى".

وقد حث الإسلام على التمسك بالنزاهة ومبادئ الأخلاق في التعامل التجاري، وهذا هو أحد المبادئ الأساسية للعلاقات العامة اليوم والتي سبقها إليه الإسلام بقرون عديدة .فقد جاء في القرآن الكريم "فأوفوا الكيل ولا تبخسوا الناس أشياءهم " كما نهى الرسول صلى الله عليه وسلم عن الغش في المعاملة حيث قال "من غشنا فليس منا".[2]

وقبل ذلك كله فقد لعب الشعر العربي في المجتمع العربي قبل الإسلام دوراً رئيسياً في نقل وجهة نظر القبلية إلى القبائل الأخرى عندما كانت القبائل تجتمع بسوق عكاظ ويتحدث شعرائها نيابة عنها ويشيدون بقوتها وقيمها وفضائلها ويفاخرون بأنسابها قاصدين بذلك نقل وجهة نظر قبائلهم وآرائهم إلى القبائل الأخرى لاستمالتهم إليها أو تحديهم لها[3]

وتطور إستخدام الشعر في الحضارة الإسلامية وشهدت العلاقات العامة تطوراً ملحوظاً بفضل جهود الشعراء والخطباء والكتاب الذين كانوا يحثون على الالتحاق بالدعوة الإسلامية وعلى الجهاد في سبيل الله[4]

وقد كان الخلفاء المسلمين يتلقون الناس في المساجد يتحدثون إليهم ويسمعون منهم مشاكلهم وآرائهم ، كما إتخذوا من مواسم الحج مناسبات للحوار الفعال. وبعد

---

[1] زياد الشرمان ، عبد الغفور عبد السلام : مبادئ العلاقات العامة ، مصدر سابق ص٢٣،٢٢

[2] فخري جاسم:العلاقات العامة – مصدر سابق ص ١٤.

[3] عبد الرازق محمد الديلمي : العلاقات العامة – "عمان،دارجريرللنشر والتوزيع،٢٠٠٥م" ،ص١٩ .

[4] د. محمد جودت ناصر : الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ط الأولى ١٩٩٨م – ص ١٨٤م.

إتساع رقعة الدولة الإسلامية أ صبح ديوان الرسائل خير دليل على إهتمام الخلافة الإسلامية بالعلاقة مع الناس ، وإستمر هذا النهج حتى زوال سلطة خلافة الدولة الإسلامية[1]. ويشير الدكتور عبد السلام أبو قحف إلى أن الأدلة التطبيقية والممارسات العلمية في الحضارة الإسلامية تشير إلى قدم العلاقات العامة وأن بناء المساجد وممارسة شعائر الإسلام هو توطيد للعلاقة مع الله وتوطيد للعلاقات بين المسلمين أنفسهم . ويضيف الدكتور "عبد السلام أبو قحف" إن ممارسات الحكام بالدويلات الإسلامية والقبائل لتثبيت قواعد حكمهم كانت تبني في الأصل على محاولات إرضاء الشعب وكسب ثقة التابعين[2]

ومن ذلك يتضح أن الإقناع ووضوح الهدف ودراسة المجتمع وإتجاهات أفراده، والتي تعد من أحدث عمليات العلاقات العامة التي وصل إليها خبراء العلاقات العامة في القرن العشرين ومع ذلك فإنها سبق أن أستخدمت منذ أربعة عشر قرناً .[3]

بذلك نجد أن المتأمل في تاريخ العلاقات العامة يلاحظ تطور الوسائل التي أستخدمت في ممارساتها تتفق مع إحتياجات الأفراد والجماعات والمؤسسات المختلفة وبما يتناسب مع حجمها وطبيعتها وتاريخها. وأن العلاقات العامة كانت تسير جنباً إلى جنب مع تطور المراحل التاريخية عبر الزمن[4]

بعد التعرض لمراحل تطور نشاط العلاقات العامة في الحضارات القديمة والدلائل القوية على إستخدام العلاقات العامة بصور مختلفة نأتي للحديث عن العلاقات العامة في العصر الحديث أو ما يعرف(بالعلاقات العامة الحديثة .) نجد أن الحرب العالمية الثانية كان لها أثر "كبير" في تطوير العلاقات العامة حيث عمدت الدول المتحاربة إلى تخصيص الأموال الضخمة في ميزانيتها وإلى حشد

---

[1] عبد الرازق الديلمي:العلاقات العامة – مصدر سابق – ص١٩.

[2] د. عبد السلام أبو قحف : هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها "دار المعرفة الجامعية ٢٠٠٠م" – ص ٣٤٦.

[3] زياد الشرمان : مبادئ العلاقات العامة : مصدر سابق – ص٢٤.

[4] د. إبراهيم وهبي ، د. عبود كنجو عبود :العلاقات العامة وإدارتها – مصدر سابق – ص ٢٠.

الكفاءات البشرية المتخصصة لأغراض العلاقات العامة الأمر الذي أدى إلى تقدم أساليبها وتدعيمها كعلم وكنشاط دائم للمؤسسات[١]

ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطاً مستقلاً مع بداية الثورة الصناعية وما صاحبها من توسع ضخم في العمل والتجارة ولكن لم تعرف العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين فقد نتج عن التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية ظهور المؤسسات الصناعية الضخمة التي تعتمد الإنتاج الوفير واستخدام ألوان من العمال.[٢]

يعتبر "إيفي لي Ivy Lee" أباً للعلاقات العامة وإنه المؤسس الحقيقي لها وهو أول من وضع أسس العلاقات العامة لأغلب الشركات الأمريكية حيث أنشأ مكتباً لأعمال العلاقات في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٠٣م ثم أنشئت جمعية العلاقات العامة الأمريكية من بعد ذلك . وفي عام ١٩٤٨م أنشئ معهد العلاقات العامة البريطاني ثم أنشئت جمعية العلاقات العامة الدولية عام ١٩٥٥م التي نظمت عدة مؤتمرات بهدف مناقشة أسس مبادئ العلاقات العامة وتقييم مستوى الممارسة ومشاكلها وذلك بقصد تحسين أداء الوظيفة[٣]

ويعتبر "إيفي لي" أول من إستخدم الإعلان كوسيلة من وسائل العلاقات العامة لتحقيق أهدافها فأول من فسر عملية العلاقات العامة لأغلب الشركات بأنها عملية مزدوجة الإتجاه تبدأ بمعرفة إتجاهات الجمهور وآرائه ونشر الحقائق والمعلومات عن الشركة بصدق وأمانة[٤]

ومن المساهمات الكبيرة في بلورة أفكار العلاقات العامة بعد "إيفي لي" تأتي مساهمة "إدوارد بيرنز Edward Bernays" الذي يعد من أبرز الشخصيات التي لها دور كبير في تحديد مفاهيم وأفكار العلاقات العامة وإهتم في

---

[١] إبراهيم وهبى،عبودكنجو:العلاقات العامة وإدارتها،مصدر سابق،ص٣٠

[٢] عبدالحى محمدصاح:العلاقات العامة والإعلام،مصدر سابق،ص١٧

[٣] محمدعبدالرحيم :العلاقات العامة "القاهرة دارالمعارف،١٩٨٠م"ص٢٤

[٤] فخرى جاسم سلمان:العلاقات العامة ،مصدرسابق،ص٢٧"

مؤلفاته بمصالح الجماهير وضرورة تزويدها بالمعلومات الصادقة ، كما قام بالتركيز على المسئولية الاجتماعية في العلاقات العامة .

"Social Responsibility "

وهناك أربعة مراحل تاريخية في رأي "أحمد إبراهيم أبو سن" أثرت في تطور العلاقات العامة الحديثة(1)

*الفترة الأولى : من "١٩٠٠ – ١٩١٧م" وقد إتسمت هذه الفترة بحركة الإصلاح الصناعي كما ظهرت في هذه الحقبة شخصيات مؤثرة في العلاقات العامة "إيفلي – بيرنز".

*الفترة الثانية : هي فترة الحرب العالمية الأولى من ١٩١٧م – ١٩١٩م: وفي تلك الفترة نشطت العلاقات العامة في القطاعين الصناعي والحكومي وإستمرت حتى قيام الحرب العالمية الثانية .

*الفترة الثالثة : "١٩٣٣ – ١٩٤٥م" وهي فترة آثار الحرب العالمية الثانية والأزمة الإقتصادية وسميت هذه الفترة فترة "روزفلت" لمساهمته الفعالة في تقوية مفعول العلاقات العامة والإعلام الحكومي للترويج لسياسة الإصلاح الاقتصادي.

*الفترة الرابعة : حدد المؤلف بدايتها من ١٩٤٥م وحتى عصرنا الحالي وشهدت هذه الحقبة في نظره تقنياً للعلاقات وزيادة أهميتها كمهنة متخصصة بالإضافة لتطور وسائل تنفيذها وذلك بتطور وسائل الإتصال وظهور الإنترنت .

الحديث عن العلاقات الحديثة يقودنا إلى التطرق إلى نشؤ وتطور العلاقات العامة في الوطن العربى ،ونجد أن البداية كانت متأخرة بحوالي نصف قرن عن ظهورها في الولايات. ولعل التأخر من دخولها إلى الوطن العربي يعود إلى ما يلي[2]:-

١. أن الوطن العربي كان يخضع للإستعمار وكانت الإدارة الإستعمارية لا يعينها الجمهور ولا مصالحه ولا فتح قنوات إ تصال.

---

(1) أحمد إبراهيم أبو سن : العلاقات العام في الدول الحديثة."دبى،المطبعةالعصرية ، ط٣ ،١٩٨٦م "ص١٠

(2) د. إبراهيم وهبي ، د. كنجو عبود كنجو :العلاقات العامة وإدارتها ، مصدر سابق .ص٣٥

٢. أن الوطن العربي لم يعرف المؤسسات والشركات الكبيرة إلا حديثاً وبإستثناء مصر التي كانت فيها مؤسسات وشركات عريقة فإن الدول العربية كانت تتسم شركاتها بطابع عائلي أكثر من طابع الشركات.
٣. إن الإدارة الحديثة في المؤسسات العربية هي نمط جديد على الحياة العربية وكانت نتيجة للإحتكاك بالغرب والإستفادة من تجاربه وخصوصاً من خلال الذين درسوا وتدربوا في الغرب وعادوا إلى الوطن العربي بخبراتهم العلمية والتدريبية لينقلوا لنا ذلك ويبدؤا كذلك في التأليف والترجمة ، ولعلنا لا نجد في المكتبة العربية كتاباً عن العلاقات العامة قبل الخمسينيات من هذا القرن .

ويضيف "صالح خليل أبو صبع سببين آخرين لتأخر دخول العلاقات العامة للوطن العربي منها"[1]

١. التأخر في إنشاء معاهد التدريب الإداري والتنمية الإدارية والتي بدأت تهتم بالعلاقات العامة بإعتبارها أحد أنشطة الإدارة.
٢. التأخر بالوعي بأهمية الإتصال ذي الإتجاهين بين المؤسسات والشركات والإدارات الحكومية من جهة وبين الجمهور من جهة أخرى.

يتضح من ذلك أن الوطن العربي شهد خلال العقود الثلاثة الأخيرة إزدياد ملحوظ في إدراك أهمية العلاقات العامة. وعرفت مصر العلاقات العامة منذ الخمسينات من القرن الماضي ، ولعل إبراهيم إمام هو الرائد في الأول في هذا المجال إذ أصدر كتاب "العلاقات العامة والمجتمع" عام ١٩٥٧م ويعتبر هذا الكتاب مقدمة لدخول علم العلاقات العامة إلى الوطن العربي[2]

أصبحت العلاقات العامة في المجتمع العربي ذات أهمية خاصة عندما أنشأت كثيراً من الهيئات والمؤسسات الحكومية والصناعية والتجارية أقساماً قوية للعلاقات العامة مما دعا كلية التجارة وكلية الآداب بجامعة القاهرة عام ١٩٥٨م إلى تدريسها

[1] صالح خليل أبو صبع:العلاقات العامة والإتصال الإنساني "فلسطين ،دارالنشروالتوزيع ،١٩٩٨م"ص٩٣
[2] إبراهيم وهبي ، كنجو عبود:العلاقات العامة وإدارتها – مصدر سابق – ص ٣٥.

كمادة مستقلة لطلبة ليسانس قسم الإجتماع بالكلية وقد كانت قبل ذلك تدرس في أقسام أخرى بالجامعات العربية كجزء من مناهج دراسية أخرى[١]

وقد كانت الشركات الأجنبية في مصر من أسبق المؤسسات التي إهتمت بتنظيم إدارات خاصة بالعلاقات . وما يبشر بمستقبل زاهر للعلاقات العامة في مصر أنه لا تكاد توجد حالياً شركة أو مؤسسة أو وزارة أو هيئةإلا بها إداراتها المستقلة للعلاقات العامة[٢]

وفي عام ١٩٦٥م أنشئت أول جمعية عربية للعلاقات العامة في مصر وكان من الأهداف التي سعت إلى تحقيقها هذه الجمعية ما يلي :-

١. تنمية الوعي بقيمة العلاقات العامة .
٢. بسط مفهوم العلاقات العامة.
٣. وضع قواعد لآداب مهنة العلاقات العامة يلتزم بها الأعضاء في معاملتهم.
٤. تشجيع الأبحاث والدراسات العلمية والثقافية في ميدان العلاقات العامة وتقديم المعونات المعنوية والمادية للقائمين بها.
٥. العمل على رفع المستوى الفكري والثقافي لجميع العاملين في العلاقات العامة.
٦. تحدي الصعوبات التي تحول دون إنطلاق النشاط العلمي للعلاقات العامة[٣]

وقد تركز الإهتمام بالعلاقات العامة في الدول العربية بعقد المؤتمرات العلمية. ومن أهم هذه المؤتمرات:-

- أعمال اللجنة الفنية لدراسة وتقييم العلاقات العامة في السودان عام ١٩٩٠م.
- ندوة في واقع إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية المنعقدة في السعودية عام ١٩٩٢م.

---

(١) عبدالحى محمدصلح:العلاقات العامةوالإعلام،مصدر سابق،ص٢١

(٢) محمدمنير حجاب:المداخل الأساسية،مصدرسابق،ص٢٤

(٣) عبدالسلام أبوقحف:هندسة الإعلان والعلاقات العامة،مصدر،ص٣١٥

- ندوة التخطيط الإستراتيجي في العلاقات العامة المنعقدة في جامعة الإمارات العربية[١]

وهكذا أصبحت العلاقات العامة إحدى الدعائم الأساسية للإدارة المتميزة ذلك أنها تعمل على ربط المؤسسة بالبيئة الاجتماعية فتحدث التفاعل المطلوب بينها. ويعبر "جاريت " عن هذا المفهوم بقوله "إن العلاقات فلسفة مقصودة تضع مصالح الناس والجماهير في المقام الأول[٢]

والحديث عن العلاقات في الوطن العربي يقودنا إلى دراسة نشاط العلاقات العامة في السودان ، ونجد أن الخدمة المدنية في عهد الاستعمار إتسمت بالمركزية الشديدة والرقابة الصارمة ، وفي ظل هذا النظام من الطبيعي ألا يكون هنالك مجال للعلاقات العامة الإنسانية في مجال العمل أو الإهتمام بالرأي العام.

وقد شهدت تلك الفترة وجود مكاتب للعلاقات العامة في عدد محدود من الشركات الأجنبية مثل شركة "ميشيل كوتس" وشركة "شل" وقد إقتصر نشاط العلاقات العامة في تلك الفترة على أعمال المراسم والحجز وإستقبال الضيوف والمتابعة بين هذه الشركات ودواوين الحكومة.

وفي عام ١٩٧١م أنشئت وزارة الخدمة العامة والإصلاح الإداري لبناء خدمة عامة تكون ركيزة أساسية في قيادة عملية التنمية.

أول تقنين لعمل العلاقات العامة كان في العهد المايوي في سبعينات القرن الماضي وذلك بصدور القرار الجمهوري الذي نصت قراراته بإنشاء مكاتب للعلاقات العامة في الوزارات على أن تكون تبعيتها للمكتب التنفيذي للوزير بكل منشأة وأنتدب لها بعض الصحفيين والموظفين من ذوي القدرات الإعلامية.

أما في القطاع الخاص فإن بعض الشركات الأجنبية التي عملت في السودان مثل "موبيل أويل" يوجد بها قسم للعلاقات العامة وكذلك بعض الشركات السودانية مثل الخطوط الجوية السودانية، ومشروع الجزيرة. حيث توجد بها مكاتب للعلاقات

---

[١] خالد خلف الله سلمان ، البناء الاتصالي للعلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة – جامعة أم درمان الإسلامية – كلية الإعلام – عام ١٩٩٧م.

[٢] إبراهيم إمام:العلاقات العامة والمجتمع ،مصدر سابق،ص٤٦

العامة قبل قيام وزارة الخدمة والإصلاح الإداري ولكنها كانت تحمل الاسم أكثر من الفعل والرسالة والدور الحقيقي للعلاقات العامة ، وإنحصر دورها في الأدوار الهامشية.

أول جمعية سودانية للعلاقات العامة تكونت عام ١٩٧٦م بإتفاق عدد من العاملين في مجال العلاقات العامة وكان على رأس هذه الجمعية "رائد العلاقات العامة السودانية" جعفر حامد بشير وإهتمت الجمعية بإبراز مفهوم العلاقات العامة وأهميتها ، والتعريف بمفاهيمها ووظائفها في المجال المهني ، وكونت هذه الجمعية مساهمة إيجابية في تقويم وظيفة العلاقات العامة وفتح باب الترقي للعاملين فيها وخلق فرص تدريبية لكوادر العلاقات العامة من خلال إتصالات الجمعية بمركز تطوير الإدارة وأكاديمية السودان للعلوم الإدارية ومعهد العلاقات العامة بمصر[1].

وشهدت الأعوام "١٩٨٤م – ١٩٨٥م" إنشاء إتحاد العلاقات العامة السوداني وكان مركزه بالعاصمة الخرطوم ، والذي ضم عدداً كبيراً من العاملين في مجال العلاقات العامة من مختلف مؤسسات القطاع العام.

تنحصر أنشطة الاتحاد على نطاق السودان في المستوى المركزي والإقليمي والقطاع الخاص في التعاون مع شبيهاته على المستوى الإقليمي والعالمي ويتألف الاتحاد من -:

١. الجمعية العمومية تعقد كل عام.
٢. اللجنة التنفيذية.
٣. تحديد مهام وشروط الجمعية العمومية واللجنة التنفيذية بلائحة داخلية.

ومن أهداف اتحاد العلاقات العامة السوداني:.

١. تشجيع إستخدام نشاط العلاقات العامة من حيث جهود منظمة ترمي إلى خلق التفاهم والثقة بين المؤسسات وجماهيرها .
٢. تشجيع أعضاء الإتحاد على بلوغ مستوى رفيع من الخبرة وتهيئة الفرص الملائمة لذلك العمل.

---

[1] شادية محمد صالح ، إدارة العلاقات العامة "رسالة ماجستير غير منشورة" – جامعة الخرطوم ، كلية العلوم الإدارية، ١٩٩٠م – ص ١١.

٣. تنظيم الإجتماعات والمناقشات والمحاضرات والقيام بوظيفة مركز تنسيق الأفكار والمفاهيم المتعلقة بتطبيق مهنة العلاقات العامة.

٤. تشجيع وتنمية العلاقات العامة من المهن الأخرى .

٥. السعي للحصول على الإعتراف الحكومي بإعتماد الإتحاد ممثلاً للسودان.

بعد قيام وظهور نشاط الإتحادالسودانى للعلاقات العامة بدأت أقسام العلاقات العامة تزداد في المنشأة ، وقد تم تقديرها بحوالي "١٧٥" وحدة وذلك في ثمانينات القرن الماضي ، وقد بذل أعضاء الإتحاد جمهوراً كبيرة في التعريف بمفهوم وأهمية العلاقات العامة ، وذلك عن طريق المقالات الصحفية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية[1].

وقد إنضم السودان عام ١٩٨٦م إلى الإتحاد الأفريقي للعلاقات العامة. وفي عام ١٩٨٨م تم إنتخاب السودان نائباً لرئيس الإتحاد الأفريقي للعلاقات العامة لمنطقة شمال أفريقيا[2]

وفي مطلع تسعينات القرن الماضي عقد مؤتمر الحوار الوطني بالخرطوم حول قضايا الإعلام. حيث أوصى المؤتمر بتطوير العلاقات العامة ودعمها وتدريب كوادرها . كما صدر قرار من مجلس الوزراء بتكوين لجنة فنية لدراسة أوضاع العلاقات العامة بالمؤسسات والوزارات الحكومية برئاسة الدكتور / النور الخليفة مدير مركز تطوير الإدارة فىذلك الحين و تحت رعايةالسيد/ وزير شئون الرئاسة في تلك الفترة "الطيب إبراهيم محمد خير" وقد حددت مهام وإختصاصات اللجنة

---

[1] شادية محمد صالح :المصدر سابق – ص١٤.

[2] نفس المصدر : ص ١٤.

في الموضوعات التالي[١]:-

١/ تحديد أهداف العلاقات العامة.

٢/ تحديد مهام واختصاص وحدات العلاقات العامة

٣/ وضع العلاقات العامة في الهيكل الوظيفي التنظيمي.٤

٤/ مجالات وفرص التدريب للعاملين.

٥/ تجديد الإمكانات الضرورية التي تمكن العلاقات العامة من النهوض بمسئولياتها.

٦/دور وحدات العلاقات العامة في تنفيذ الإصلاح الإداري.

وقد تكونت اللجنة وبعض اللجان النوعية ، والتي سافرت إلى بعض ولايات السودان وجمعت المعلومات الضرورية وأصدرت توصياتها المتعلقة بأمر التكليف.

رغم تلك المجهودات التي بدأتها جمعية العلاقات العامة السودانية وواصلها إتحاد العلاقات العامة السوداني ، إلا أننا نلاحظ قلة الإستفادة من البحوث العلمية والدراسات في مجال العلاقات العامة في السودان.كما نجد أن وظيفة العلاقات العامة بالسودان لم تجد المفهوم الصحيح ولا تحظى بقدر كاف من الرعاية من قبل الدولة والقيادات الإدارية العليا وتأثيرهم على وضوح مفهوم العلاقات العامة ومدى أهميتها بالمؤسسات في القطاع العام[2]

كما نجد أن الذين تخصصوا علمياً ومارسوا نشاط العلاقات العامة عملياً يواجهون ظروفاً ومشكلات تقلل من قدراتهم وكفاءتهم وبالتالي تحد من الإنطلاق والتجديد من أجل الإرتقاء بهذه المهنة ووضعها في مصاف المهن والعلوم الحديثة.

بعد أن تطرقنا لنشأة العلاقات العامة وتطورها عبر العصور والحضارات القديمة المختلفة مروراً بالعصر الحديث والعلاقات العامة في وطننا العربي وفي السودان. نرى أنه من المهم ربط الماضي بالحاضر وإستشراف المستقبل وذلك بالإجابة على السؤال التالي :-

---

[١] بهجة بدر عبد الله : دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي "جامعة أم درمان الإسلامية – كلية الإعلام ٢٠٠٤م" رسالة ماجستير غير منشورة.

[2] صفية خالد الزاكي ، اتجاه القيادات الإدارية في القطاع العام نحو إدارة العلاقات العامة "جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الإعلام ، رسالة ماجستير غير منشورة ٢٠٠٣م ".

ما هو مستقبل العلاقات العامة؟.

يأمل خبراء العلاقات العامة ومهنيها أ ن تصبح مهارات الإتصالات التي تحققت بفضل العلاقات وظيفة إجتماعية في جميع أرجاء العالم. كما إن الإجراءات التقدمية في معظم الأقطار المختلفة لتعليم الجماهير ستأخذ بمعظم المناهج التي يطبقها خبراء العلاقات العامة .

ومما أكده "بيرنز" في خطاب ألقاه عام ١٩٧٦م في جميعة العلاقات العامة الأمريكية بأن مستقبل العلاقات العامة سيكون في المجتمعات الصناعية الكبيرة والمنشآت الضخمة التي ستلعب العلاقات العامة دوراً كبيراً في نجاحها[1]

وأيضاً مما يؤكد الإهتمام الدولي لتطوير مهنة العلاقات العامة والإهتمام بمستقبلها نجد أ ن جمعية العلاقات العامة الدولية بها أكثر من (٧٠٠) عضو في نحو (٥٠) دولة ، وكل ثلاث سنوات تقيم مؤتمراً عالمياً للعلاقات العامة يجذ ب نحو (٦٠,٠٠٠) أو أكثرمن رجال العلاقات العامة وهذا الإهتمام الدولي في تنمية مهنة العلاقات العامة علامة مشجعة للمستقبل ويدعمه لإزدهار العلاقات العامة في كافة الدول ويعتبر عامل مؤثر للذين يتفوقون في مجال العلاقات العامة[2]

يتضح مما سبق أن العلاقات العامة قابلة للتطور والنماء سواء في الدول المتقدمة أو النامية حيث نجد أن معظم المؤسسات بدأت تتجه نحو الأخذ بمفاهيم العلاقات العامة ومحاولة تطبيقها والعمل على تطويرها. خصوصاً وإن العلاقات العامة من أسرع المجالات النامية في الإتصال ، وكلما زاد المجتمع تعقيداً تصبح الحاجة ماسة إلى علاقات فعالة بين المؤسسات وجماهيرها .ومع ذلك فإنه لايزا ل أمام العلاقت العامة طريق طويل تسلكه حيث أنها أصبحت حلقة هامةفى شبكة وسائل الإعلام.

---

[1] أحمد المصري : العلاقات العامة "القاهرة ، مؤسسة شباب الجامعة – ١٩٩٥م" – ص٦.

[2] وارن وآخرون : ترجمة ميشيل تكلا ، وسائل الإعلام صحافة إذاعة وتلفزيون "القاهرة : مكتبة الوعي – ١٩٩٤م" – ص٤٦.

المبحث الثالث

أهداف العلاقات العامة وأهميتها

للعلاقات العامة مجموعة مبادئ يلتزم بها المتخصصون والمبدأ قاعدة أساسية لها صفة العمومية يلج إليها الإنسان عن طريق الخبرة والمعرفة والمنطق أوبإستخدام الطرق العلمية كالتجريب والقياس[١]

والمبدأ على هذا النحو يعتبر مقياسا لكل المعارف والعلوم وبواسطته يمكننا معرفة النتيجة النهائية لأي تجربة للوصول للهدف.

وتهدف العلاقات العامة إلى إقامة سمعة طيبة للمنشأة هذا من ناحية- والى المحافظة على العلاقات الطيبة وإستمرار التعامل مع تلك الجماهير من ناحية أخرى[٢]

فالجمهود المبذولة في مجال العلاقات العامة لا بد وأن تعني لتحديد هذه الأهداف ولا تحيد عنها حتى تتحقق -وتجني المنشأة من وارء ذلك ثماراً عديدة تتمثل في إتساع نشاطها ونموها وتقدمها وربما إحتلالها لمركز الصدارة بين المنشآت الشبيهة أو المنافسة لها[٣]

فالهدف الأسمى للعلاقات العامة لتحقيق الإنسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية والإجتماعية[٤].

والأهداف بصفة إجمالية تتمثل في:

١/ العمل على دراسة وفهم المطالب والأهداف والإهتمامات والرغبات لدىالجماعات والأفراد داخل المنظمة المعنية وربطها بالأهداف العامة بصورة تؤدي لخلق الثقة بين المنظمة وجماهيرها.

---

[١] د. عبد الحي محمد صالح وآخرون"العلاقات العامةوالإعلام،مصدر سابق،ص٤٠.

[٢] نفس االمصدر، ص٤٠.

[٣] نفس المصد، ص٦-٧

[٤] عبد المعطي محمدعساف:أسس العلاقات العامة"عمان ،دارالحامدللنشروالتوزيع ،٢٠٠٤م" ،ص١٣

٢/ ربط المنظمة المعنية بالخارج عن طريق تعريفها بكل ما يدور حولها من متغيرات وتعريفها بإتجاهات الرأي العام

٣/ ربط الجهات الخارجية مع المنظمة المعنية عن طريق القيام بحملات دعائية وترويج معلومات وبيانات بصورة مخططة عنها ورسم صورة معينة للمنظمةو إبراز أهميتها للمجتمع[١]

٤/ تهدف العلاقات العامة في أى مؤسسة لتحقيق عدة أغراض من أجل النهوض بالمؤسسة وإعطاء صورةوإنطباع جيد عنها.

ولذلك فالعلاقات العامة وأهدافها تمتد حسب طبيعة المؤسسة أو المنشأة.

أهداف العلاقات العامة:.

- تحقيق التوافق والإنسجام بين المنظمات والجمهور سواء كان داخليا أو خارجيا.
- زيادة فرص التفاهم بين الجماهير.
- تحسين العلاقات الإجتماعية بين جماهير العاملين بالمنظمة وتحسين العلاقات الإجتماعية بين جماهير العاملين بالمنظمة وتحسين ظروف العمل والإهتمام بالعامل كإنسان له حاجياته.
- تعديل الإتجاهات السلبية في المجتمع وتحويلها لإتجاهات إيجابية بناءة
- تدريب الجماهير المرتبطة بالمنظمة على المشاركة في المسئوليات الإجتماعية.

وتهدف العلاقات العامة كذلك إلى تشجيع الأنشطة للمؤسسة وعكسها للجمهور الخارجي، ورفع الروح المعنوية للأفراد والعاملين بالمؤسسة ،وخلق روح التنافس بينهم.فالعلاقات العامة فى أى منشأة تستهدف تعريف الجمهور الخارجى بأنواعه المختلفة بكل أنشطة المنشأة ،وتكوين السمعة الطيبة. والصورة الذهنية الممتازة لدى مختلف فئآت الجمهور المتعاملين مهما على أساس من المعلومات الصادقة والحقائق بين جماهير العاملين بعضهم ببعض من جهة أخرى ، مما يؤدي إلى

---

[١] عبد المعطي- محمد عساف:أسس العلاقات العامة ،مصر سابق،ص١٤.

إيجاد روح الإنتماء والولاء لدى العاملين مع توفير كل المعلومات التي تؤدي لإيجاد هذه الروح وتنميتها بإستمرار ومحاولة إبتكار الحلول السريعة لمشاكل العاملين . فضلاً عن توفير كل المقومات التي تؤدي لرفع الكفاءة الإنتاجية وهو يرتبط إرتباطاً مباشراً بنوعية الإنتاج أو الخدمات أو النشاط الإقتصادي والإجتماعي الذي تعمل فيه المنشأة[١]

فالهدف الرئيسي لوظيفة العلاقات العامة يتمثل في مساعدة المنشأة في إيجاد مناخ أو بيئة إجتماعية تستطيع أن تستمر فيها وتنمو وتزدهر وذلك من خلال ترشيد سلوك المنشأة وضمان تماشيها مع مصلحة الجمهور أو المصلحة العامة[٢]

وتلعب العلاقات العامة أدواراً هامة في أداء بعض الوظائف التنموية في المجتمعات وخاصة في المؤسسات الإقتصادية وذلك عن طريق تشجيع الأنشطة الداخلية في المؤسسة وخلق علاقات طيبة مع الجمهورالخارجي.

ففي المجال الإقتصادي على العلاقات العامة أن تعمل على رفع الكفاءة الإنتاجية للعاملين وتنمية مهاراتهم وتوسيع دائرة معارفهم ،وترشيد الإنفاق الحكومي وتنمية الوعي الإدخاري وترشيد السلوك الإجتماعي بالإضافة إلى تنمية الوعي التأميني وتوجيه العاملين لإتباع إجراءات الأمن الصناعي وتنظيم المحاضرات والمؤتمرات لتوضيح الوضع الإقتصادي في الدولة وأن يساهموا في معالجة هذه المشكلات[٣]

وللعلاقات العامةفي المجال السياسي أهداف تتمثل في تنظيم الندوات والمؤتمرات لمناقشة أي موقف من المواقف السياسية والإستعانة بالخبراء والمختصين لوضع أبعاد الآراء في صحيفتها ومطبوعاتها ،وتشجيع العاملين على المشاركة في العمل السياسي القومي، ومواجهة العادات والشائعات الضارة

---

[١] عبد المعطي – محمد عساف.:أسس العلاقات العامة ،مصدر سابق ،ص١٧

[٢] محمد بهجت كشك:العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية"الطبعة الثالثة ،١٩٨٣م" ،ص٢٠ .

[٣] د. سمير محمد حسين – العلاقات العامة – مصدر سابق ، ص٧.

وغيرها من صور الحرب النفسية الهادفة لتهديد الأمن السياسي وإضعاف الروح المعنوية[١]

وفي المجال الإداري تهدف العلاقات العامة إلى معرفة الظروف المؤدية إلى عرقلة أداء الخدمات بسهولة ويسر وتوجيه نظر الأفراد إلى ضرورة دراسة هذه الظروف وإتخاذ القرارات الكفيلة بضبط الإجراءات والإرتقاء بمستوى الخدمة. وتشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التي يأخذها الإداريون لتبسيط الإجراءات وعقد المؤتمرات والندوات لمناقشة أساليب تطوير العمل الإداري من سلبيات أو تنظيم لمسابقات لتطوير العمل الإداري وبذل الجهود لكسب ثقة الجماهير والتنسيق مع إدارة التدريب لبرامج التدريب الرامية لرفع الكفاءة الإدارية[٢]

أما في المجال الإجتماعي تهدف العلاقات العامة في المؤسسات والهيئآت المختلفة إلى المساهمة في حل مشكلة محو الأمية والمساهمة في تنمية الوعي الصحي، وبث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين العاملين ومساعدة العمال على شغل أوقات الفراغ عبر الأنشطة الترفيهية والمشاركة في البرنامج القومي لتنظيم الأسرة وصحة الطفولة ورعاية الأمومة بالإضافة للمساهمة في إنشاء الجماعات النوعية كجماعة محاربة التدخين ومحو الامية[٣]

وعليه فإن أهداف العلاقات العامة في كل المؤسسات والهيئات متعددة وتهدف لرفعة المؤسسة وتنميتها وتقدمها ،وخلق صور ذهنية طيبة عنها للجمهور الخارجي.

وتعمل العلاقات العامة لتحقيق تلك الأهداف عبر برامج عديدة وأنشطة مختلفة تتمثل في الندوات والمحاضرات والسمنارات وتشجيع المسابقات وخلق الروح التنافسية بين العاملين وذلك بإبراز المجهودات والأعمال القيمة التي يقوم بها بعض الأعضاء من أجل رفع الروح المعنوية في تلك المؤسسات،والعمل على محاربة الظواهر السالبة في المؤسسات كالتسيب وعدم المسئولية والتواكل والإهمال وغيرها من الظواهر التي تؤدي لقلة الإنتاج وتدهور المؤسسة .

---

[١] سميرمحمدحسين:المصدر السابق ،ص١٨

[٢] محمدبهجت كشك :العلاقات العامةوالخدمة الإجتماعية ،مصدر سابق،ص٤٧

[٣] نفس المصدر :ص٤٨

وفي المجال الخارجي تهدف العلاقات لتحسين صورة المؤسسة وخلق علاقات طيبة مع المؤسسات الأخرى والحفاظ على العملاء والزبائن وغيرهم من المجموعات وإيجاد منافذ أخربلعكس صورة المؤسسة أوالهيئة وإظهار الأعمال والمنتجات التي تقوم بها المؤسسة لجمهورها.

***أسس ومبادئ العلاقات العامة:**

على الرغم من الإتفاق على المبادئ التي يلتزم بها العاملون في العلاقات العامة إلاأنها تختلف في أساليب تطبيقهاتبعاً لعدة إعتبارات تتمثل في طبيعة المؤسسةوحجم ونوع الجمهورالذي يتصل بالمؤسسةأو بالقرارات أوالسياسيات الخاصة بالدولة على مستوى المجتمع بكامله[1].

ولذلك إتضح وظهر دورالعلاقات العامة في بناء جسر من الثقة والتفاهم بين المنظمة وجماهيرها من أجل شرح وإيضاح أبعاد القرارات والسياسيات التي تتخذها المنظمة بخصوص المنتجات التي ستقوم بتقديمها لهؤلاء الجماهير.

وعلى صعيد الدولة زادت الحكومات من إهتمامها بتأثير الرأي العام سواءً كان محلياً أم دولياً من خلال وسائل الإعلام المختلفةأو التنظيمات القائمة [2]

من كل ما تتقدم يتضح أن إجتماع هذه العوامل وتضافرها ساعد وبشكل كبير على نضج الرأي العام وزيادة أهميته حتى كاد أن يصبح عاملاً مهماً يحكم قرارات المنظمة على مستوى الوحدة الإقتصادية أو حتى قرارات الحكومات على المستوى الدولي[3]

***أهمية تحديد أهداف العلاقات العامة :-**

الأهداف هي النتائج المطلوب تحقيقها بالجهد الجماعي في المستقبل ولا يمكن تصور أي جهد منتج بدونها وهي نقطة الإنطلاق في التخطيط لأنها تحددالإتجاه العام للمجهودات الفردية - كما أنها تمثل الغايات المطلوب الوصول إليها.

---

[1] د. محمد جودت ناصر :الدعاية والإعلان،- مصدر سابق ، ص١٩٧.

[2] نفس المرجع ، ص١٩٨.

[3] نفس المرجع ، ص١٩٨

وإن الأهداف بطبيعتها يجب أن تكون أهدافاً على مستوىً عالٍ من الفكر والأداء ،وليس معنى هذا أن تكون أهدافاًمن المستحيل تحقيقها . فوضع أهداف يصعب تحقيقها نوع من عدم الذكاء الإداري لأن القوة الحقيقية تظهر في جعل شبه المستحيل ممكناً)[1]

ويراعى في تحديد الأهداف أن تكون محددة وواضحة ومفهومةوأن تكون عملية وواقعية من حيث قابليتها للتحقيق وإمكانية التنفيذ وأن ترتبط بأهداف المنشأة ككل.

لأن الأهداف مقياس للرقابة والمتابعة والتقويم، ويعتبر تحديد الأهداف بمثابة الأساس السليم للتخطيط المنسق[2].

***توافق العلاقات العامة في القيم الاسلامية:**

العلاقات العامة نوع من المعاملة الطيبة التي تقوم مبادئها من تعاليم الدين الإسلامي السوية وتستمد مبادئها من تعاليم الدين الإسلامي الخالد فهي تجافي التضليل والخداع بكافة مظاهرة وأساليبه وتركز على التشويق والتبصر والإقناع القائم على الحقائق المدعمة بالأسانيد السليمة.

إن المهمة الأساسية للعلاقات العامة هي دفع عجلة التغيير الإجتماعي عن طريق العناية بالجماهير في جو مفعم بالإيمان بحقها في الحرية والعدل والمساواة ،ومن مقتضيات هذه العناية شيوع النظرة إلى المواطن كمصدر لجميع السلطات وليس مجرد أداة إنتاج أو جهاز لإستقبال الأوامر وتنفيذها.

والإنسان يتميز عن سائر المخلوقات جميعها بخاصيتي العقل والتفكير وهو محاسب على إستخدام عقله وتنظيم فكره وهذا يعني أن الإسلوب الأمثل في التعامل مع البشر هو إسلوب الإقناع بالأدلة الصادقة والمنطق السليم والقدورة الحسنة[1] لا بالكذب والإرغام ولا القسر لأن فلسفة العلاقات العامة السليمة تنبثق

---

[1] د. علي عجوة – العلاقات العامةو بين النظرية والتطبيق (القاهرة – عالم الكتب ط ٢٠٠٠ ، ص٢١.

[2] نفس المرجع ، ص٢٢.

[1] د. مختار التهامي وابراهيم الداقوقي : مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية ، القاهرة : الطبعة الاولى ١٩٨٠م ، دجار المعرفة ، ص٣-٤.

من دماثة الخلق والصفات الخلقية الحميدة التي دعانا الدين الحنيف للتمسك بها.

أن العلاقات العامة كمهنة تقوم على فضيلة الصدق من ناحيتي الشكل والجوهر [٢].

ونقصد بالصدق من ناحية الشكل أن تكون المقومات الظاهرة لأساليب الإتصال الفردي أو الجماهيري من النوع الذي يدعو بطبيعته إلى الثقة، أما من ناحية الجوهر فينبغي أن يكون المضمون مستند على حقائق تدعمها الوثائق والبحوث والدراسات التجريبية وما إلى ذلك، فينبغي ألا تستخدم الأدوات الإعلامية في توصيل معلومات خاطئة سواء بصورة متعمدة أو بحسن نية كما يجب أن تتجنب أساليب الإثارة الإعلانية، بقصد جذب الجمهور وتشويقه دون الإستناد على حقائق موضوعية غير متحيزة ، بمعنى أن تعبر عن عدالة مطلقة وتبصير وإكتمال المعلومات[٣]

كما إن الدقة في التعبير وعدم إختيار الجوانب التي يهم المنشأة عرضها وإغفال الجوانب الضعيفة والتى ليس في صالحها ووزن الأمور بميزان دقيق هي أهم مقومات العلاقات العامة السليمة.

ويعتبر عنصر الصدق والأمانة ركيزة أساسية في السياسةالخلقية التي تنتهجها الإدارة المخلصة في عملها إضافةً إلى عنصر العدالة الذي يظه من خلال عدالة المنشأة في معاملاتها مع عمالها وموظفيها وعملائها.

يتضح من هنا عن العلاقات العامة ليست مجرد الدعاية أوالترويج عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وإنما هي قبل كل شيء نوع من السلوك القويم في العمل ومعاملة الناس بالحسنى وفتح المنشاة صدرهارحباً للجمهور لمعرفة آرائهم نحوها وتعريفهم بالحقائق التي تبدد الغموض وتزيل الأفكار الخاطئة[١]

---

[٢] محخمد طلعت عيسى : العلاقات العامة كأداة تنمية (دار المعارف ١٩٧٠ ، طبعة رابعة.ص٣٢٨

[٣] نفس الصدر ، ص٣٢٨.

[١] حسين عبد القادر : اصول العلاقات العامة والإعلام"بدون ناشر ،١٩٦٢م" ، ص٣٥.

والجدير بالذكر أن الشريعة الإسلامية تتضمن جميع الأصول الأخلاقية السليمة التي يستند عليها فن العلاقات العامة، فالدين في نظر الإسلام هو المعاملة ،والمعاملة جزء أساسي من الشريعة الغراء التي تأمرنا بإتقان الصنعة وتجويدها ،والأمانة والصدق والوفاء بالوعود والعهود وكافة الإلتزامات، وأن يحب الإنسان لأخيه ما يحب لنفسه ،وأن نعامل الناس بالحسنى ولين القول ،والإعراض عن لغو الحديث والمجاهرة بالسوء...

والشريعة الإسلامية تحرم الغش والخداع والرياء وأكل أموال الناس بالباطل.

المبحث الرابع

وظائف العلاقات العامة

يعد توصيف وظائف العلاقات العامة واحداً من الشروط الجوهرية لتحقيق مبدأ وضع الشخص المناسب فى المكان المناسب ،ثم الإستخدام الأمثل للمواردالبشرية لأن التوصيف يوفر تصوراُسليماً عن الأدوار الوظيفية المطلوبة. وللعلاقات العامة وظائف عديدة تتفق عليها كل إدارات العلاقات العامة ولكنها تختلف من منشأة لأخرى في طريقة التنفيذ والأداء وفقا لعدة إعتبارات منها[1].:.

أ/ حجم المنشأة وعدد العاملين بها وطبيعة ومجال عملها.

ب/ حجم الجماهير التي تتعامل معها وأهمية كل منها.

ج/ حجم الإمكانات المادية والمالية المتاحة لإدارة العلاقات العامة.

وقد تؤثر عدة عوامل أخرى كالمناخ الإقتصادي والإجتماعي والسياسي الذي تعمل المنظمة داخله على أهداف العلاقات العامة التي يتم تحقيقها عن طريق تلك الوظائف[2]

ويرى بليك وهارولدسن أن تعقيدات المجتمع الحديث جعلت العلاقات العامة اليوم وظيفة من وظائف أية إدارة سواء كانت مؤسسة تجارية أو منظمة حكومية أو إتحاد عمال أو أية وكالة،والهدف من العلاقات العامة هو الحصول على الدعم وتعاون الناس الذين تسعى المنظمة للتأثير فيهم[3]

أورد الدكتور محمد البادي في كتابه محاضرات في العلاقات العامة ثلاثة محاولت لتحديد وظائف العلاقات العامة، ويورد لذلك التقسيمات الآتية[4]:

- تقسيم فيرن بيرنت V. Burnet
- تفسير سياسات الهيئة وأعمالها إلى جماهيرها.

---

[1] د. محمد حسين حربي ، د. محمد عبده حسين ، د. حسين البياتي " العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات " الموصل دار الحكمة ١٩٩١م ، ص١١٤.

[2] د، علي عجوة _ الاسس العلمية : مصدر سابق ، ص٢٣.

[3] د/ محمد منير حجاب : المداخل الاساسية –مصدر سابق ، ص٥٤.

[4] صالح خليل أبو اصبع ، العلاقات العامة والإتصال الانساني ، مصدر سابق، ص٩٩.

• تفسر ردود الفعل الحالية والمستقبلية لهذه الجماهير إلى الهيئة.

***أما فيليب ليزلي P. Lesly:.**

فحدد وظائف العلاقات العامة في أربعة وظائف رئيسية هي:

١/ النصح والمشورة

٢/ الإعلام.

٣/ الأبحاث والتحاليل.

٤/ بناء الثقة الشاملة ودعمها.

***تقسيم كانفليد Canfield** (١)

• قسم وظائف العلاقات العامة الى سبع وظائف رئيسية هي:

١/البحث

٢/ التخطيط

٣/ الإنتاج

٤/ التنسيق.

٥/ الخدمة الإدارية.

٦/ التوجيه الإداري.

٧/ خدمة المجتمع المحلي.

ويمكن لأي منظمة أن تأخذ بالتقسيم الذي تراه مناسباً على حسب ظروفها وأوضاعها وطبيعة جماهيرها.

كما يذهب بعض الخبراء إلى تقسيم وظائف العلاقات العامة وأنشطتها على أساس ثلاثة محاور على النحو التالي: (٢)

١/**المحور الأول:** بالنسبة للجمهور بصفة عامة يشمل المجموعة التالية:

أ/تعريف الجمهور بالمنظمة وإنتاجها وخدماتها بلغة مبسطة بهدف الحصول على تأييد الجماهير.

---

(١) محمد منير حجاب: المداخل الاساسية / : مصدر سابق ، ص٥٥.

(٢) د. علي عجوة – الاسس العلمية – مصدر سابق ، ص٢٤.

ب/ شرح سياسية المنظمة للجمهور وإبلاغه بالتغيرات التي تطرأ عليها بهدف قبوله إياها بالتعاون معها.

ج/ مساعدة الجمهور على تكوين رأي سليم تجاه المنظمة ، من خلال مده بالمعلومات الصادقة الصحيحة لتكوين رأى معين على أساس من الواقع.

د/ تهيئة جو صالح بين المنظمة والأفراد بعضهم البعض داخل المنظمة.

٢/ **المحور الثاني:** بالنسبة للمنظمة ككل ويشمل الوظائف التالية:

أ/ مد المنظمة بكافة التطورات التي تحدث في الرأى العام.

ب/ حماية المنظمة ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة.

ج/ التأكد من أن أ هداف المنظمة وأغراضها تلقى الإهتمام الكافي من الجماهير المختلفة.

٣/ **المحور الثالث:** بالنسبة لإدارة المنشأة ويشمل المجموعة التالية:

أ/ إخبار الإدارة العليا للمنشأة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة.

ب/ بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.

ج/ مساعدة وتشجيع الإتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا وبالعكس .

د/العمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنظمة لتحقيق الإنسجام من ناحية، وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى.

هـ/ العمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع مديري الإدارة العليا وإسداء النصح للمسئولين عن إصدار القرارات وتعديل السياسيات.

ونلاحظ أن كل هذه الوظائف لا تخرج عن الوظائف الخمسة الأساسية التي حصرها العديد من الكتاب والباحثين ، وهي تعتبر الأساسية لأنها تقوم على العلمية والطريقة المنتظمة وتحوي ما يجب أن تقوم به العلاقات العامة وهي:

*** أولاً : البحوث : Research**

تعتبر البحوث هي الخطوة الأولى في عملية العلاقات العامة يقصد بها كافة الدراسات المتعلقة بقياس إتجاهات الرأي العام بين الجماهير الداخلية والخارجية للمنظمة وتحري الحقائق وجمع البيانات والمعلومات الخاصة بذلك ومن ثم القيام بتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية ووسائلها المختلفة على أسس رياضية وإحصائية دقيقة[١]

وتتحصر أهمية إستخدام البحوث في العلاقات العامة في الآتي :.[٢]

١/ دراسة إتجاهات الرأي العام حول سلعة جديدة أو تصميم مشروع أو وضع برنامج جديد.

٢/دراسة إتجاهات الرأي العام للإستفادة به في تخطيط برامج جديدة للعلاقات العامة بين الإدارة والحكومة أو بين الإدارة والجمهور أو بين المنتجين والمستهلكين.

٣/ دراسة إتجاهات الرأي العام لتحديد أنسب طرق التأثير وإختبار وسائل الإتصال بالجمهور والنشر.

٤/ دراسة إتجاه الرأي العام حول مسألة إجتماعية أو وسائل مطروحة للمناقشة تقوم بها منشأة أو حكومة مثلاً.

لذلك فالبحوث في مجال العلاقات العامة تهدف إلى التفسير والتنفيذ والضبط. فالتفسير بمعنى تفسير المواقف والأزمات والمشكلات وأسبابها وإتجاهات الرأي العام. أما التنفيذ الذي يسبقه بحث مسبق فيعني تنفيذ مخططات العلاقات العامة.

أما الضبط فيعني الأداء وعدم الإنحراف بالخطة عن مسارها المرسوم ووجهتها السليمة.

*** ثانياً: التخطيط Planning**

يعني وضع التصورات المستقبلية حول الأهداف التي تنشدها المنظمة وحول الجماهير التي تستهدفها ومن ثم سياسية العلاقات العامة للمنظمة في ضوء

---

[١] د، محمد جودت ناصر : الدعاية والاعلان والعلاقات العامة : مصدر سابق ، ص٢٦.

[٢] فودة البكري: العلاقات العامة بين التخطيط والاتتصال (القاهرة،دارالنهضة،ط١ ٢٠٠٤م.)،ص١٠

ذلك من أجل تصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الإختصاصات وتحديد الميزانية اللازمة للإنفاق على نشاط العلاقات التي تم وضعها[١]

وفي هذا المجال يقول الدكتور/ عمر وصفي عقيلي:ـ(نشأت الحاجة إلى التخطيط أساساً من خلال أن جميع المظمات تقريباً تعمل في بيئات مختلفة ومتنوعة، في داخل كل بيئة عوامل وظروف متغيرة غير ثابتة، لذلك لا بد للمنظمات أن تقوم بعملية تنبؤ لمعرفة هذه المتغيرات وتحديد إتجاهاتها وتأثيرها على نشاطها ، للعمل على مواجهتها [٢]

تشمل عملية التخطيط للعلاقات العامة اربعة جوانب رئيسية وهي: [٣]

١/ تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها.

٢/ تحديد الإمكانات المتاحة المادية والبشرية الواجب توافرها.

٣/ تحديد الزمن المتاح واللازم لتحقيق الأهداف.

٤/ تحديد الأساليب المراد إتخاذها لتحقيق الأهداف.

هنالك نوعان رئيسيان للتخطيط في العلاقات العامة:ـ

أ/ **التخطيط الوقائي:** Preventivre Planning

يعرفه ويدنج Wedding بأنه التخطيط المبني على دراسات مستفيضة رشيدة ويستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات ودية بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة.

[١] محمد جوت ناصر :الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، مصدر سابق ، ص٢٦.

[٢] د. محفوظ أحمد جودة : العلاقات العامة: مفاهيم وممارسات (الاردن: دار الزهران – الطبعة الثالثة ١٩٩٩)

[٣] صالح خليل أبو اصبع :العلاقات العامة والإتصال الإنساني، مصدر سابق ، ص٧٩.

ب/ التخطيط العلاجي Remnedical Planning

يطلق عليه بعض الخبراء في العلاقات العامة التخطيط للأزمات أو الحوادث ويتسم هذا التخطيط بالحركة والتأهب لمواجهة أي أزمة أو موقف طارئ.

*** ثالثاً: الإتصال: Communication**

يعني القيام بتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل الجمهور ومن ثم تأمين الإتصال بالجماهير المستهدفة كالهيئآت والأفراد وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة وكل من هم في المحيط الخارجي للمنظمة وذلك من أجل تنفيذالخطط المختلفة[١]

يرى إيفرت روجزر Evert Rogers وريخارت روجز Rekha Rogers:.

(أن الاتصال دم الحياة لأية منظمة فالإتصال يتغلغل في جميع نشاطاتها ويمثل أداة عمل هامة من خلاله يفهم الأفراد دورهم التنظيمي ويساعد في صنع وتنفيذ القرارات والحصول على رجع الصدى وتصحيح الأهداف كما أنه ضروري لتحديد مستوى الكفاءة الإنتاجية ورفع الروح المعنوية للعاملين[٢]

يحقق الاتصال في مجال العلاقات الآتي: [٣]

١/ معرفة آراء الجمهور وإتجاهاتهم نحو المنظمة وسياساتها وخططها وبرامجها أو جدول ما تنتجه من سلع أو خدمات وهذا يتطلب إستخدام الإسلوب العلمي.

٢/ تقوم إدارة العلاقات العامة بنقل نتائج هذه البحوث إلى إدارة المؤسسة حتى تقف إدارة المنظمة على إتجاهات الرأي العام والإستافدة منها في إدخال تعديلات على سياسية المنظمة.

٣/ نقل معلومات عن المنظمة إلى الجماهير لكي تكون فكرة صحيحة عن المنظمة.تتأثر العملية الإتصالية وتؤثر من حيث وضعها الديناميكي مع العوامل والمتغيرات المختلفة حيث تستند جميع أوجه النشاط الإتصالي على الجوانب النفسية والسلوكية لدى أفراد الجمهور بصفة أساسية بإعتبار أن رجل العلاقات

---

[١] د، محمد جودت ناصر :الدعايةوالإعلان والعلاقات العامة، مصدر سايق ، ص٢٠٧.

[٢] د، محمد منير حجاب : سحر وهبي : المداخل الاساسية : مصدر سابق ، ص٢٤-٢٥

[٣] محمد مصطفى أحمد : الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة " الاسكندرية : دار المعارف عام ١٩٩٣ ، ص١١٠-١١١

العامة الناجح يبدأ من نقطة الفهم الكامل للقوى النفسية التي تقود السلوك الإنساني[1]

ومن هنا فإن الإهتمامات الأساسية ينبغي أن تنطوي على الجوانب التالية[2]

١/ دراسة التكوين النفسي والإجتماعي والحضاري للإفراد.

٢/ دراسة المحددات الفردية للسلوك الإنساني وتشمل الإدارك والدافعية ،التعليم ، الإتجاهات الشخصية، والدفاع عن الذات.

٣/ دراسة المحددات الإجتماعية في الجماعات الصغيرة ، الفرد والمجتمع والثقافة.

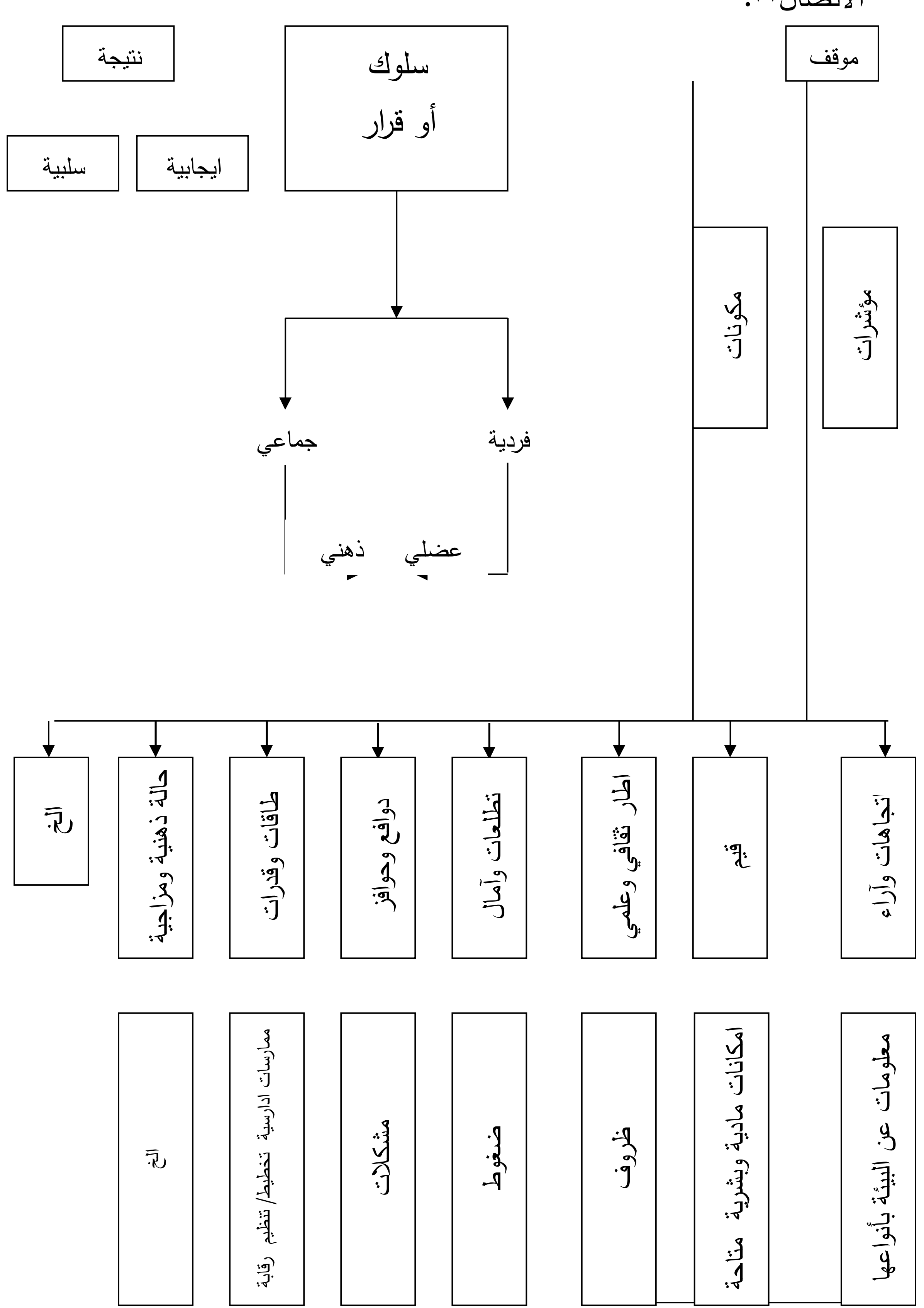
من خلال ذلك فإن الوسائل الإتصالية وأجهزة الحرب النفسية وما تنقله من معان و ما تحاول أن تدعمه من أفكار وإتجاهات تمثل " مدخلات" أساسية تستهدف الحصول على درجة معينة من التأثير في شكل مخرجات لذلك لا بد من مراعاة عملية السلوك الإنساني بأبعادها المختلفة لتحقيق الأهداف.

---

[1] محمد منير حجاب ، د. سحر وهبي : المداخل الاساسية : مصدر سابق ، ص٩٦.

[2] نفس المصدر : ص٩٦.

جدول يوضح التصور الشامل للجوانب السلوكية التي تؤثر في جهود الاتصال(١).



(١) د. محمد منير حجاب / د. سحر وهبي: المداخل الاساسية ،مصدر سابق ، ص٤٦.

كما يؤثر الإتصال على إتجاهات وسلوك العاملين ودوافعهم للعمل من خلال توفير المعلومات الواقعية للعاملين عن الأهداف والسياسات والخطط.

ولأهمية الإتصال في مجال التأثير على على سلوك العاملين أوردت إحدى الدراسات مجموعة من القواعد السلوكية الإيجابية والسلبية وهي[١]

أ/قواعد متعلقة بالفكر الشخصي والوظيفي :. تتعلق بدرجة الفخر التي يشعر بها الأفراد بعملهم ونجاح منشأتهم.

ب/ قواعد تتعلق بالأداء والجودة:. في هذه الحالة عندما تكون القواعد إيجابية يميل الأفراد نحو زيادة الإنتاج ، أما في حالتها السلبية يقبل الأفراد الحد الأدنى لمستوى الأداء.

ج/ قواعد سلوكية خاصة بالقيادة والإشراف :. هذه القواعد تكون موجبة إذا وجه المديرون عنايتهم لتوجيه تنمية العاملين، وتكون سالبة إذا أهمل المديرون ذلك وإقتصر دورهم على تقصي أخطاء العاملين وتوقيع الجزاء والعقاب.

د/ قواعد خاصة بعلاقات المنشأة مع غيرها من المنشآت:. وتتمثل حالتها الإيجابية ببذل العاملين كل جهدهم لإرضاء هذه المنشآت وتقديرها وتكريمها ، أما في حالتها السلبية تصبح تلك الروابط غير مرضية. وفي إطار الحديث عن الوظيفة الإتصالية للعلاقات العامة حدد الدكتور /محمد حسن حربي عدة فوائد يمكن الحصول عليها عند تطبيقنا للوظيفة الإتصالية:

١/ توعية جمهور المنظمة بمخرجاتها من سلعة أو خدمات وكيفية الإنتفاع منها أ والإسهام في تطويرها .

٢/ تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية بما يحقق مرونة التفاعل الإيجابي مع جمهور المنظمة.

---

[١] د. محمد منير حجاب : المدخل الاتصالي للعلاقات العامة "القاهرة،دار الفجرللنشر،بدون تاريخ نشر" ، ص٢٨-٢٩.

٣/ رفع كفاءة إستخدام وسائل الإتصال المتاحة بما يحسن من العلاقات مع الجماهير ويدفعها بإتجاهات إيجابية[١]

***رابعاً: التنسيق: Coordination**

التنسيق هو تحقيق الإنسجام والتناسق بين كافة أقسام إدارة العلاقات العامة وبين الإدارات الأخرى في المنظمة فيما يتعلق بكافة الأنشطة التي تقوم بها والتي على تماس مباشر مع الإدارات الأخرى، وذلك من أجل الوصول في النهاية إلى تحقيق نشاطها بفاعلية عالية[٢]

وظائف التنسيق : .

يرى الدكتور ممدوح بسيوني [٣]-(أن عملية التنسيق لعمل العلاقات العامة تتم تعتبر عبرعدة محاور) وهي كالآتي:.

١/ ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمنظمة.

٢/ تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بما يتوافق مع موقعها في الهيكل التنظيمي للمنظمة وتنسجم مع بناء العلاقات العامة بين الوحدات المتمثلة في الهيكل.

٣/ برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى في المنظمة بما يمنع التداخل والإزدواجية وكذلك التعارض والتقاطع بينها.

٤/ تنسيق فعاليات المتابعة ومراجعة برامج العلاقات العامة فى إطار مراقبة البرامج الأخرى فى المنظمة ومتابعتها . إضافةً للمحاور التنسيقية السابقة التي أوردها د/ ممدوح بسيوني، أورد الدكتور /علي عجوة مصطلح الوظيفة التنظيمية لإدارة العلاقات العامة وتهدف الوظيفة التنظيمية في المنظمة بالإعتماد على فكرة تقسيم الأعمال وتجميع التخصصات في إطار الأدوار الوظيفية والوحدات التنظيمية ، كما تحقق التنسيق بين جهود الأفراد وقدراتهم بالإعتماد على فكرة

---

[١] محمدمنير حجاب :المدخل الإتصلى للعلاقات العامة،مصدر سابق،ص٢٩

[٢] محمدجودت: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ،مصدرسابق،ص٢٠٧

[٣] د. ممدوح بسوني البيلى: أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية في مصر – القاهرة ١٩٩١ ، ص١٥٦

تحديد المسئوليات وتفويض الصلاحيات في إطار المستويات الإدارية والمناصب الوظيفية.

ويعتبر الدكتور/ علي عجوة عملية التنسيق في حد ذاتها ليست وظيفة إدارية لها كيان مستقل ولكنها مناخ يجب أن يتوافر في جميع مراحل العمل الإداري.

ويرى أيضاً أن الوظيفة التنظيمية تمهد لتطبيق مبدأ الشخص المناسب في المكان المناسب وذلك بالآتي:

أ/ توصيف المسئوليات وإختصاصات الوحدات الإدارية وصلاحيتها.

ب/ توصيف واجبات الأدوار الوظيفية وصلاحيتها.

ج/ تحديد المهارات المطلوبة لتلك الوحدات الإدارية ،والمهارات المطلوبة للأدوار الوظيفية أي المؤهلات.

هذا الوصف يضمن المطابقة بين الوظيفة وشاغلها،والمطابقة بين هيكل الوظائف في الوحدات الإدارية وملكاتها .

ولما كان التنسيق من أهم وظائف العلاقات العامة وأبرزها فإن الباحث يتفق مع فكرة التفريق بين المستوى التنفيذي لأداء أنشطة العلاقات العامة، أي الأدوار الوظيفية والمستوى التخطيطي أي المناصب الوظيفيةلأن ذلك يساعد فى التعريف الدقيق للمهام الوظيفية المطلوبة لتنفيذ أي خطة عمل لأنشطة العلاقات العامة والبحث عن المنصب الوظيفي الملائم لتأدية تلك الأدوار بما يضمن الإنسجام وعدم تعارض الصلاحيات ونقص الكفاءة وذلك عند وضع الشخص غير الكفء أو المناسب لأى مستوى إداري.

ويرصد الدكتور على عجوة عدة فوائد يمكن تحقيقها عبر الوظيفة التنظيمية لعمل العلاقات العامة من أهمها[١]

أ/ تحديد السلطة الممنوحة للفرد وأوجه ممارستها

ب/ تحديد العلاقات بوضوح بين الأفراد العامين بالإدارة.

---

[١] على عجوة:الأسس العلمية للعلاقات العامة،مصدر سابق،ص٤٦

ج/ تمكن من التوزيع العملي للوظائف بحيث يتم تفادي إسناد أعمال أو وظائف للأفراد بناءاً على عوامل شخصية.

د/ القضاء على الإزدواجية في العمل من خلال التقسيم الموضوعي للعمل.

هـ/ التنسيق بين النشاطات المختلفة بفاعلية حتى يمكن بناء علاقات إدارية مناسبة بين الوحدات التنظيمية المختلفة.

و/ نقل القرارات إلى جميع أجزاء المنظمة وذلك عن طريق خطوط السلطة والإتصال.

خامساً:. التقويم :. valuation

يعنى قياس النتائج الفعلية المتحصلة من خلال تطبيق البرامج الموضوعية للعلاقات العامة وتحديد الإنحرافات الحاصلة ومن ثم وضع البرامج وتحقيق الأهداف المنشودة . فالتقويم الحديث يهدف إلى وضع خطط لمعالجة نواحي الضعف وتدعيم جوانب القوة كما يضمن العمل على ترجمة النتائج المتوصل إليها عن طريق التقويم إلى خطة عمل أو برامج للمساعدة على تحسين الأداء وتطويره لتحقيق الأهداف[١]

ينقسم تقويم العلاقات العامة إلى قسمين أساسيين[٢]

أ/تقويم أداء العاملين:.

يقصد به قياس مدى تحقيقهم للأهداف المحددة لهم في برنامج معين أو نشاط معين كما يقصد به قياس نوعية سلوكهم بما يتناسب مع الأعمال المنوطة بهم كما يساعد على التعرف عن طرق إنجاز العمل من حيث أساليب الأداء والمعوقات وكيفية مواجهتها وذلك للتعرف على أساليب الأاء مستقبلاً مما يتيح الفرص لممارس العلاقات العامة لتعزيز مكانته المهنية والتنظيمية داخل المنشأة فضلاً عما يجنيه للعاملين من فرص الشعور بالرضاء.

---

[١] د. محمد منير حجاب :المدخل الاتصالي : مصدر سابق ،ص٢٢٧.

[٢] نفس المرجع ، ص٢٣٣-٢٣٤.

ب/ تقويم البرامج : .

يقصد بتقويم البرامج قياس النتائج التي تحققت من تنفيذ برنامج أو نشاط معين سواء كان الإجاز مرحلياً أو نهائياً .

بذلك يتضح أن التقويم لأنشطة العلاقات العامة هو تقويم النشاط الإتصالي بإعتبار أن النشاط الإتصالى يمثل جوهر العلاقات العامة وأحد أهم الجوانب الأساسية في العملية الإدارية.

الصعوبات التي تواجه عملية تقويم أنشطة العلاقات العامة:

قبل تحديد الصعوبات التي تواجه عملية تقويم أنشطة العلاقات العامة يجب التفرقة بين تقييم الأداء وعملية الرقابة ، فالرقابة كوظيفة إدارية (هي عملية مقارنة بين ما تم وما كان يجب أن يتم.)[١] بمعنى آخر هي المقارنة بين الأداء الفعلي والأداء المخطط. وتتم هذه العملية طبقاً لعدة خطوات ومراحل لا تختلف من منظمة لأخرى أو نشاط لآخر.

وتستهدف الرقابة بصفة عامة التأكد من دقة وسلامة عمليات إنجاز الأنشطة والخطط ومدى ملائمة الآليات المستخدمة في التنفيذ بالإضافة إلى رصد أو تحديد المشكلات التي تواجه التنفيذ.

أما عملية التقويم فهي في الواقع جزء من نظام الرقابة إلا أنها تنطوي على تحديد أساليب جوانب القصور أو الضعف وجوانب النجاح أو القوة فضلاً عن إقتراح أساليب علاج القصور ومناطق الضعف أو المشكلات التي تم إكتشافها[٢]

صعوبات عملية التقييم:

يرى الدكتور/ عبد السلام أبو قحف أن تقييم نتائج وإنجاز أعمال العلاقات العامة ليست بالسهولة التي يتصورها البعض وهذا يرجع في رأيه لعدة أسباب من بينها:. [٣]

---

[١] عبدالسلام أبوقحف:هندسة العلاقات العامة ،مصدر سابق،ص٥٠٣

[٢] نفس المصدر :ص٥٠٣

[٣] نفس المصدر :ص٥٠٥

١/ الفجوة الزمنية بين تنفيذ أنشطة العلاقات العامة وبين نتائج ا لتنفيذ ، فتائج التنفيذ بالنسبة للأنشطة عموماً عادةً ما تظهر فى الأجل الطويل أو على الأقل لا تظهر بسرعة.

٢/ عدم ثبات آراء وإتجاهات الجماهير وكذلك السلوكيات الخاصة بهم.

٣/ إختلاف خصائص جماهير المنظمة .

٤/ صعوبة عزل تأثير متغيرات وعوامل أخرى ترتبط بتنفيذ سياسيات أعمال المنظمة ككل مثل السياسات التسويقية والإدارية.

٥/ الصعوبة الناجمة عن عدم توافر مقاييس كمية لقياس كثير من النتائج ،الأمر الذي يجعل من السهل الوقوع في أخطاء القياس والتحيز أو التعميم.

٦/ إن كثيراً من الآثار التي تجدها البرامج غير ملموسة .

أساليب تقييم أنشطة العلاقات العامة:.

لعل من المهم بعد توضيح صعوبات عملية تقييم أنشطة العلاقات العامة أن نتطرق إلى أساليب تقييم هذه الأنشطة وكيفية ممارسة عملية التقويم، ويمكن إستخدام عدة أساليب لتقييم العلاقات العامة وبرامجها ،ومن بين هذه الأساليب مايلي:.

أولاً :. الأسلوب التجريبي(١)

وهو أسلوب سابق على تنفيذ البرامج ويتم عادة عن طريق إختبار عينة محددة ممثلة للجمهور المرتقب ودراسة مدى تأثير المادة الإتصالية أو الإعلامية على أفرادها وإجراء التعديلات اللازمة قبل تعميم هذه المادة أو نشرها على كل فئات الجمهور المستهدف، وهذه التعديلات تفيد المنظمة في معرفة ما هي الأنشطة والأعمال الأكثر إثارة وجاذبية ،وما هي الأعمال الأكثر فائدة للجمهور وأكثر قناعاً له. بالإضافة لتحديد الوسائل الملائمة لكل نشاط أو عمل أورسالة.

(١) د، سمير محمد حسين : العلاقات العامة : مصدر سابق ، ص١٨٦.

الأسلوب الثانى :. الأسلوب البعدي:.

وهو اللاحق على تنفيذ برامج وأنشطة العلاقات العامة . وفي ضوء هذا الأسلوب يمكن أن يتم قياس نتائج تنفيذ البرامج طبقاً لعدة محاور منها:-[١]

١/ مدى التغطية الجغرافية.

٢/ نوع ودرجة الإستجابة من قبل الجمهور.

٣/ نسبة وصول الرسالة إلى الجمهور المستهدف.

كما يفيد مثل هذا الاسلوب في التعرف على فعالية إستخدام وسائل إعلامية معينة أو إستخدام أساليب ووسائل إتصالية محددة ،أو الإلتجاء إلى أساليب خاصة في العرض والشرح والتفسير والإقناع ،وتحديد نوع الكلمات والرموز الموحية التي تؤثر تأثيراً إيجابياً في عملية الإتصال والتوصيل الجيد للفكرة.[٢]

---

[١] عبدالسلام أبوقحف:هندسة العلاقات العامة ،مصدر سابق،ص٥٠٨

[٢] سميرمحمدحسين :العلاقات العامة،مصدر سابق،ص١٨٧

المبحث الأول

الشرطة مفهومها ونشاتها وتطورها

تعريف كلمة شرطة:

الشرطة تعني: حفظة أمن البلاد، (الواحد ، شُرطي وشرطي ، صاحب الشرطة : رئيسيها)[1]

والشرطة أيضا تعرف بكلمة بوليس Police وهي كلمة لاتينية الأصل.

والمسميات التي عرفت بها في المفاهيم اللغوية عديدة : الشرطة العسس ، والطواف ، المعونة ، السحنة والجلواز ، الثوؤرر الولاية ، ولاية حرب.

" معظم المعاجم اللغوية اتفقت على تفسير كلمة شرطة بما كان يتيمز بها من : شرط اي علامات ظاهرة فالشرطة علامة جمعها أشرط [2]

قال تعالى : (فهل ينظرون إلا الساعة أن تأتيهم بغتةً فقد جاء أشراطها)سورة محمد الآية(١٨)

والشرطة في السلطان من العلامة والإعداد سميت متوليها " شرط" وشرطي نسبة إلى الشرطة والجمع شرط. وسمعوا بذلك لانهم ميزوا انفسهم بعلامات : فشرط السلطان نخبة من أصحابه الذين يقدمهم على غيرهم من جنده[3]

ويضيف أحمد عبد السلام ناصف أن هنالك من يؤكد أن كلمة شرطة جاءت من زي صاحبها ، لأن صاحب الشرطة كان ينصب الأعلام على مجالسه ، أي أن الشرطة سموا بذلك لأن لهم زياً يعرفون به.[4]

أما اللواء محمد الأمين البشرى: فقد أورد مجموعة من المصطلحات والمسميات عرفت بها الشرطة : منها : – [5]

١/ المعونة : وتعني معاونة الحكام ومعاونة أفراد الشعب وقد أستعلمت في مصر أبان الخلافة الفاطمية.

---

(١) إبراهيم مصطفى وآخرون :المعجم الوسيط "إستانبول ،دارالدعوة ،١٩٨٩م"،ص٤٧٩

(٢) احمدعبدالسلام ناصف:الشرطةفى مصر ،"القاهرة،مطبعة الزهراء،١٩٩٧م "ص٩٧

(٣) نفس المصدر ،ص٩٧

(٤) نفس المصدر ،ص٩٨

(٥) محمدالأمين بشرى:العدالة الإجتماعية ومنع الجريمة "الرياض ،جامعة نايف ،١٩٩٧م"ص٤٠

٢/ الشحنة: " بكسر وتشديد الشين " وتعني جماعة تعينها السلطة في بلدها لضبطها ، الشحن كية تعني رئيس الشرطة في عهد الأيوبي، ووظيفة الشحن كية لمدينة دمشق عام ٥٤٩م.

٣/ الجلواز: بكسر الجيم ، وكانت تطلق على أحد مساعدي صاحب الشرطة لما في الجلوزة من معاني القوة والضخامة .

٤/ الثؤرر: وردت مرادفة للشرطي ويعتقد إبن منظور أنها كانت تطلق علي أحد أعوان صاحب الشرطة بدون اجر.

٥/ الولاية: عرف صاحب الشرطة في الأندلس بصاحب المدينة ، كما عرف في تونس باسم الحاكم.

٦/ ولاية الحرب: ويعتقد أنه أطلق على الشرطة ولاية حرب لما يقوم به صاحب الشرطة من حروب داخلية ضد المجرمين والمارقين وأخذ الحق واقامة الحدود "

على هذا النحو فان الشرطة تعني في العصر الحديث تلك القوة النظامية التي تقوم بحفظ الامن ومنع الجريمة في المجتمع الداخلي: وتعمل في محاربة الرزائل ومكافحة الجريمة ومحاربة المجرمين وفقا للقوانين الضابطة في الاطار المكافحي المعين ، أي أن الشرطة تعمل في الجبهة الداخلية للدولة، عكس القوات المسلحة في الجبهة الخارجية ومراقبة الحدود من الإستهداف ، أو الإختراق من العدو الخارجي.

* تعريف كلمة " بوليس Police ": كلمة Polic مشتقة أصلاً من لفظة POlica الاغريقية وتعني هذه الكلمة عند الاغريق " المدينة " ثم اصبحت تطلق على الجهاز الذي يصون أمن المدينة.[١]

والشرطة كما عرفها ، J .G Wilson :- الشرطة هي أعداد من الرجال والنساء مدربون تدريباً خاصاً لمساعدة الدولة مساعدة مستمرة وفعالة على مدار الساعة لإقرار السلام العام. [٢]

---

[١] محجوب حسن سعد :الشرطة ومنع الجريمة ،مصدر سابق،ص١٨

[٢] نفس المصدر،١٩

وقد عرفها " بينارد" بأنها " مجموعة من الأشخاص الذين يعهد اليهم حفظ سيادة حكم القانون"

"Body of People ,aintion the Rule of law"

ويضيف محجوب حسن سعد ان الشرطة في قانون الشرطة الانجليزي لعام ١٩٦٤ في المادة (٤) كلمة "بوليس" تعني " الرجال والنساء الذين يتم إستخدامهم لممارسة أعمال البوليس ،ويكونون قوة بوليس قادرة ومؤهلة لإنجاز الأعمال المكلفة بها"[١]

ويقول يًضاً :. " أن الشرطة هي أداة الدولة لإقرار النظام العام "[٢]

وفي إطار تعريف الشرطة وتحديد مهامها المختلفة فقد أورد محمد طلعت عيسى مقتطفات من مكتب بوليس مدينة القاهرة بعنوان" مذكرات لارشاد البوليس في علاقته بالجمهور ان مهمة الشرطة تنحصر في الآتي:.

١/ الشرطة ما هي إلا هيئة وجدت لضمان الخضوع للقانون ،وذلك هو واجبها الاول والأهم ثم القضاء على المخالفات التي تقع ضد القوانين التي تسنها السلطات المختلفة ، والكشف على مرتكبي الجرائم واقتفاء أثرهم وإلقاء القبض عليهم.

٢/ حفظ النظام وحماية ذوي السمعة الطيبة واستتباب الأمن العام وذلك بمنع المشاغبات والاضطرابات العامة والمظهارات الصاخبة عن طريق تنفيذ شتى اللوائح الموضوعة لكفالة الصالح العام.

وكما كانت تلك هي مهمة الشرطة فما هو موقف رجل الشرطة ازاء القانون العام؟ للإجابة على هذا التساؤل يقول محمد طلعت عيسى: " ان موقف رجل الشرطة بازاء القانون العام هو موقف خادم الجمهور وصديقه ومن واجبه تفهيم الجمهور بذلك بوجه عام مبينا ان الاحترام والطاعة ان هما إلا لحفظه القانون العام.

ويضيف بانه يجب على رجال الشرطة اظهار سلطاتهم متى ما لزم الحال ذلك،محافظةً على النظام العام.

---

[١] محجوب حسن سعد:الشرطة ومنع الجريمة ،مصدرسابق ،ص١٨

[٢] نفس المصدر ،ص١٩

وايضا يجب على رجال الشرطة إلا يترددوا في لاتخاذ ما يرونه مناسباً من الاجراءات والابلاغ عن أية مخالفة ضد القانون، يمكن يكون ذلك صادراً عن رؤية تجنباً لأخطاء الوقوع في الجريمة أما عن حماس يأخذهم أو بسبب دفعة من التحرش ،فإن التدخل بلا موجب ضرره أكثر من نفعه ومن شأنه أن يولد البغضاء لهم والكراهية فيهم.

ومن المهم ايضا لا يكون هنالك أخفاء او تستر على جريمة تقع ضد القانون . وعلى افراد الشرطة ان يتخذوا خطة اسداء المعونة للغير ،وبذلك يلجأ اليهم الجمهور عن الحاجة.[1]

من خلال السرد السابق وقفنا على مفهوم الشرطة ومهمتها بالاضافة الى موقف رجل الشرطة إزاء القانون والذي وضح لنا أنه خادم للجمهور وصديقه.

في ما يأتي نتعرف على تطور الشرطة في السودان و مراحلها المختلفة ، بداية بتشكيل الدولة السودانية الحديثة في القرن الماضي، حيث امتدت لتشمل اجزاء عديدة من السودان الحالي، بالاضافة الى أراضي من اثيوبيا ويوغندا ،وقد مرت الشرطة السودانية بمراحل عديدة حتى وصلت للمرحلة الحالية.

ويمكن تقسيم مراحل تطور الشرطة السودانية الى المراحل التاريخية الحالية.

أولا: إدارة الأمن : ١٨٣١ – ١٨٩٧م.

شهدت هذه الفترة امتداد وسيطرة الدولة العثمانية على الاراضي جنوبي مصر وقد عرفت بالسودان في العهد التركي المعقود لوائها للوالي محمد علي باشا حاكم مصر. والذي أرسل جحافله إلى الصعيد بحثاً عن المال والرجال الشجعان.

وفي عام ١٨٢١م بسط المستعمر سيطرته على السودان وبدأ في تكوين معالم الدولة الحديثة وذلك بانشاء عاصمة للبلاد عند ملتقى النيلين " الخرطوم" وقام بتوزيع الحاميات على مناطق مختلفة لبسط السيطرة على البلاد تأميناً للطرق البرية والمائية في الشمال والشرق والغرب وفي أعالي النيل الأبيض من بحيرة فكتوريا[2]

---

[1] محجوب حسن سعد:الشرطة ومنع الجريمة،مصدر سابق،ص٢٣

[2] أحمد البكرى أبوحراز :محاضرة بكلية الشرطة ، الخرطوم ،١٩٩٠" غير منشورة

بعد أن إستقر الوضع للحكم التركي بدأ اخضاع المواطنين بالقوة الجبرية لفرض الطاعة ودفع الجزية والضرائب وتنفيذ الاوامر الصادرة من رئاسة الحكمدارية وبدأ الحكام يهتمون بالخدمات الضرورية للمواطنين.

ويضيف اللواء/ أبو حراز: "أنه بظهور بعض قطاع الطرق وعصابات النهب المسلح رأت الحكومة التركية ضرورة تنظيم الادارة وخلق أجهزة قادرة على السيطرة على جميع الأراضي لحماية الاحوال وحراسة الطرق ، فأنشأت قوات الباشبوزق ،وهي كلمة تركية تعني " الباشا" وهي أشبه بالشرطة واقرب الى الخفر وكانت تقع على عاتقهم حفظ الأمن وإقرار النظام ومساعدة الحكومة في جمع الضرائب وفرض الأتاوات وإقتياد المارقين والمخالفين لأوامر الدولة للمحاكم كما ساندت القوات العسكرية فى مهمة تفتيش القوافل والمراكب لضبط تهريب العاج والذهب [١]

ويشرح اللواء/ أبو حراز محللاً النظام السابق بقوله " ونلاحظ أن هذا النظام الأمني يميل الى بسط السيطرة وفرض الولاء والطاعة للحاكم مما احدث آثار سلبية على المواطنين. فكانت من الاسباب التي ولدت روح العداء والكراهية للحكم التركي" [٢] وادت الى الثورة على الحكم التركي وظهور الدولة المهدية بعد ذلك.

ثانياً: العهد الثنائي (١٨٩٧ – ١٩٥٦م)

اوضحنا أن الكراهية الشديدة من المواطنين للحكم التركي أدت الى الثورة عليه وقيام الدولة المهدية والتي امتدت حتى دخول المستعمر الانجليزي بعد سقوط الدولة المهدية على يد كتشنر وعاد الاستعمار مرة أخرى وبسط سيطرته على انقاض الدولة المهدية فقام، بتاسيس نظام اداري جديد مختلف عن النظام الذي سارت عليه الدولة المهدية.

ويعبر عن هذا الإختلاف محمد الأمين بشرى بقوله: " تعتبر فترة الحكم البريطاني المصري هي العصر الذهبي للقانون في السودان ، إذ جاء المستعمر

---

[١] أحمد البكرى أبوحراز :محاضرة غير منشورة ،مصدر سابق

[٢] نفس المصدر.

البريطاني بذخيرة من التجارب القانونية والنظم الجنائية والقضائية التي خبرها ضباط الجيش البريطاني خلال عملهم في المستعمرات البريطانية في شبه القارة الهندية[١]

في عهد الإحتلال البريطاني المصري تم تقسيم البلاد الى مديريات وكلف ضباط الجيش بإدارة تلك المديريات وأسندت لهم مهمة حفظ الأمن ، ودعما لنظام حفظ الأمن تم إنتداب بعضاً من أفراد القوات المسلحة (٣٠) ضابطاً للعمل كنواة للشرطة لقوة نظامية لأول مرة وكان ذلك في مايو عام ١٨٩٦م ، تم اصدار اول قانون للشرطة عام ١٩٠٨م [٢] وتنحصر واجبات القوة المنتبة في حفظ الأمن والنظام العام وتنفيذ القوانين ،وتم توزيعهم على العاصمة والمديريات السودان وكان ذلك في العام ١٩٠٩[٣].

وعليه فان اول قوة نظامية نشأت في السودان هي الشرطة تحت قيادة ثلاثين ضابطاً.

وفي عام ١٩٠٥ أبدى المديرون للمديريات عدم رضائهم عن مستوى أداء الشرطة بالمديريات، الأمر الذي إستوجب من الحاكم العام إعادة النظر في وضع الشرطة المركزي وصدر قرار بالغاء الرئاسة المركزية في الخرطوم وإخضاعها لمديري المديرات وإنهاء إنتداب القوات العسكرية وبهذا أصبحت الشرطة قوات لا مركزية وأبقى فقط في العاصمة على رئاسة صغيرة للإمداد والتسليح يرأسها الحكمدار " ج. ن هوايت" [٤]

في العام ١٩٠٨م أعيد النظر مرة أخرى في نظام الشرطة بفشل اللامركزية ، فصدر اول قانون للشرطة ، يعيد المركزية مرة أخرى، وجعلت السياسة الجديدة للحاكم العام سلطات اللوائح المتعلقة بالميزانيات والمرتبات وشروط الخدمة والتدريب والتأهيل والاشراف[٥]

---

[١] محمد الأمين بشرى :العدالة الإجتماعية،مصدرسابق ،ص٣٩٧

[٢] نفس المصدر ،ص٣٩٨

[٣] أحمد البكرى أبوحراز :محاضرة غيرمنشورة ،مصدرسابق

[٤] نفس المصدر

[٥] نفس المصدر

هذه الفترة شهدت إضطرابات في إدارة الشرطة بين المركزية واللامركزية مما أدى الحكومة البريطانية لإيجاد بعض الحلول لتنظيم ادارة الشرطة.

حيث إستعانت الحكومة بخبير تنظيم المجتمعات (ج. أتش بلو بيرج) عام ١٩١٠ لوضع أسس وقواعد العمل الشرطي ،ووضع الخبير المذكور أسس تعيين الشرطة وتدريبهم ،ونفذت خطته في إنشاء شرطة نظامية لمدينة أم درمان وعلى ضوء نجاح تجربته نفذت خطة مماثلة في مدينة الخرطوم عام ١٩١٣م.

تعتبر الأسس والضوابط التي وضعها الخبير بلو بيرج لإختيار وتدريب الشرطة هي المعمول بها إلى يومنا هذا مع قليل من التعديل والتطوير [١]

وفي العام ١٩١٤ تم الغاء نظام الخفراء وأتخذت الخطوات العملية بتوسيع جهاز الشرطة وتم إختيار بعض المواطنين السودانيين من مصلحة البوستة وأرسلوا لمدرسة الإدارة وتخرجوا منها ضباطاً للشرطة لأول مرة وأصبحت مدرسة الإدارة هي المؤسسة التي تؤهل ضباط الشرطة والضباط الإداريين في آن واحد حتى عام ١٩٥٢، حيث إنفصلت مدرسة تدريب ضباط الشرطة عن مدرسة تدريب الإداريين لتظهر كلية الشرطة للوجود.

بملاحظة التطور الذي طرأ على الشرطة في العهد الثنائي نجد أن جل الاهتمام بالشرطة إنصب في تطورها ووضع الأسس الحديثة المستمدة من المستعمرات البريطانية في شبه القارة الهندية عبر إنتداب الخبراء الذين عملوا فيها. وكانت الشرطة تتعلق ببسط الأمن وفرض القوانين التي تدعم السلطات وقد إهتم الإستعمار بالشرطة في تلك الفترة لتحقيق الأمن السياسي وضبط الشارع العام وكسر شوكة حركات التحرر والحركات المعادية لها، ونجد كذلك أن النظام الإداري إعتراه تغيير من المركزية للامركزية تم أعيد إلى المركزية مرة أخرى. وفي هذه الفترة ظهرت الشرطة كقوة نظامية كأول قوة وطنية في البلاد.

---

[١] محمد الأمين بشرى:العدالة الإجتماعية،مصدرسابق،ص١٩٩

ثم ظهرت الخطط والبرامج ومدارس التدريب وكلية الشرطة ومن الأحداث الهامة إضراب البوليس الشهير، وسودنة الوظائف وتعيين أول مدير سوداني وهو اللواء/ أمين أحمد حسين "١٩٥٤ – ١٩٥٦"

أوضح السرد السابق المراحل التاريخية لتكوين الشرطة السودانية وإختلافها من فترة لأخرى، ولكن ما يميز الفترات التي تحدثنا عنها أنها كانت فترات إستعمار سواء كان في العهد التركي أو العهد الثنائي وإنصب الإهتمام الأول لإنشاء الشرطة في حفظ النظام ومنع الإضطرابات والمحافظة على سلطات المستعمر.

فيما يلي نرى ما الإختلاف بين وضع الشرطة في العهود الإستعمارية وعهد الحكم الوطني.

ثالثا: الشرطة بعد عهد الاستقلال "١٩٥٦ – الآن" :

بعد نيل السودان لاستقلاله في ١٩٥٦ وصدور الدستور متضمنا الموجهات الاساسية للعدالة والتي كانت متفقة مع الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام ١٩٤٨م ومطابقة لما جرى عليه العمل في كثير من دساتير الدول العربية [١]

أول تعديل في إدارة الشرطة في العهد الوطني بعد الإستعمار جاء في العام ١٩٥٩ إذ أصدر الرئيس عبود قانون إدارة المديريات الذي خلق اللامركزية وأعاد البوليس تحت سطرة الاداريين والحكام العسكريين.

في العام ١٩٦٩ بعد إنقلاب مايو تم إصدار قانون الحكم الشعبي وعادت الشرطة مرة أخرى الى اللامركزية المخففة[٢]

في عام ١٩٧٩ ألغيت وزارة الداخلية وأصبحت الشرطة تحت سيطرة حكام الأقاليم وتم تعيين مفتش عام للشرطة بدلاً عن المدير العام.

وبعد العام ١٩٨٥ عقب إنتفاضة أبريل ونهاية العهد المايوي ، عادت وزارة الداخلية الى الوجود وإستعادت الشرطة إدارتها المركزية[٣]

---

[١] محمدالأمين بشرى:العدالة الإجتماعية ،مصدرسابق، ص٤٠٠

[٢] أحمدالبكرى أبوحراز :محاضرةغيرمنشورة،مصدرسابق

[٣] محمدالأمين بشرى:العدالة الإجتماعية ،مصدرسابق،ص٤١٧

وفي العام ١٩٩١ تم إصدار المرسوم الرابع الذي حسم مسالة مركزية قوات الشرطة حسماً واضحاً بالنص صراحةً على هيمنة الحكومة الإتحادية على شئون القوات النظامية [١]

في العام ١٩٩٢ صدر قانون الشرطة الذي وسع وعاء العمل الشرطي بضم بعض الإدارات والقوات المتخصصة التي كانت تتبع لوزارة الداخلية ووزارة المالية علاوة على إبتكار ما يعرف بالشرطة الشعبية، فالشرطة الرسمية تتكون من رئاسة قوات الشرطة والإدارة العامة للنظام العام الإدارة العامة للجوازات والهجرة والجنسية ، الإدارة العامة للسجون والإصلاح ، إدارة الحياة البرية ، الدفاع المدني ، الجمارك ، الشئون المالية والإدارية والتدريب ، الطوارئ ، شرطة الولايات.
أما الشرطة الشعبية فهي قوات شبه نظامية منشأة بحكم قانون خاص وتتكون من قوات شعبية تعمل على نظام التطوع بجانب أفراد الشرطة الرسمية ،ولجميع أفراد هذه القوات سلطات رجل الشرطة المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجنائية في دائرة إختصاصه [٢]

وفي العام ١٩٩٩ صدر قانون الشرطة ،بهذا القانون أصبحت الشرطة إتحادية من حيث التخطيط المهني والفني، وتولت الولايات الإشراف على قطاعات الشرطة في تنفيذ الخطط الأمنية والنظام العام بما لا يتعارض مع الأمن القومي للبلاد.

نلاحظ أن الشرطة في العهد الوطني بعد الإستقلال لم تستقر كذلك على حال واحد، فقد عدلت إدارتها من مركزية إلى لا مركزية ثم أعيدت مرة أخرى للمركزية ثم أصبحت تحت إدارة الحكام العسكريين للأقاليم في عهد عبود ثم تبعت للولايات في عهد الرئيس نميري وسار الأمر كذلك في التبديل، وإسنقر بعد صدور قانون الشرطة العام،إتحادية فالإمداد والتدريب وولائية في تنفيذ القوانين وبسط الأمن وحفظ النظام العام.

---

[١] محمدالأمين بشرى:العدالة الإجتماعية،مصدرسابق،ص٤١٧

[٢] نفس المصدر ،ص٤٢٠

ونجد كذلك أن الشرطةعملت على تنفيذ القوانين العقابية الجنائية والإجرائية الأخرى وتولت الشرطة مهام التحري والقبض والتفتيش وحماية المجتمع من الجريمة ومنعها ومكافحتها بالإضافة إلى إستخراج الأوراق الثبوتية وحماية المجتمع ومحاربة عصابات النهب المسلح والتهريب وفض النزاعات القبلية بالإضافة للمهام الأخرى كأعمال السجون وحماية الثروات الغابية والبرية وأعمال الدفاع المدني والجمارك وشاركت كذلك مع القوات المسلحة في العمليات العسكرية في المناطق التي تقع فيها المعارك. بالإضافة إلى مساهمتها في تأمين المنشآت الإستراتيجية كحماية حقول البترول وآباره وحماية المنشآت والمؤسسات التنموية الكبرى كمحطات التوليد المائية والكهربائية والمشروعات الزراعية ، وتأمين الطرق القومية وغيرها من الأعمال ذات الطبيعة الأمنية.

بعد توضيح التطور في النظام الشرطي في العهد الوطني بعد الإستقلال ، أيضا من المهم التطرق إلى وضع الشرطة على ضوء إتفاقية السلام الشامل بين الحكومة والحركة الشعبية ، أي ما عرف بإتفاقية نيفاشا.

بعد توقيع إتفاقية نيفاشا بين الحكومة الاتحادية والحركة الشعبية ، جاء نص المادة (١٤٨) من الدستور الإنتقالي لعام ٢٠٠٥ كالآتي:

١/ الشرطة قوة نظامية خدمية مهمتها تنفيذ القانون وحفظ النظام ،والإنتماء لها مكفول لكل السودانيين بما يعكس تنوع وتعدد المجتمع السوداني ، وتؤدي واجباتها بكل خبرة ونزاهة وفقاً للقانون والمعايير القومية والدولية المقبولة.

٢/ تتكون الشرطة لا مركزياً وفقاً لاتفاقية السلام الشامل وذلك حسب المستويات التالية:

أ/ المستوى القومي: ويحدد القانون إختصاصه ومهامه وفقاً للدستور.

ب/ مستوى جنوب السودان: ويحدد الدستور الإنتقالي بجنوب السودان والقانون إختصاصه ومهامه.

ج/ المستوى الولائي: وتحدد إختصاصه ومهامه الدساتير الولائية والقانون.

٣/ تنسيق الشرطة القومية وشرطة جنوب السودان والشرطة الولائية وتتعاون فيما بينها ويساعد بعضها بعضا في أداء مهامها. ولتحقيق هذه الغاية تقرر رئاسة الجمهورية عبر سلطاتها بإنشاء الآليات المناسبة[١]

وفي إطار التعريف بمفهوم الشرطة وتطورها في الجوانب الإدارية و التشريعية عبر الحقب المختلفة ، يرى الباحث أهمية إدراج الجانب التاصيلي في مفهوم الشرطة وتطورها وذلك بالوقوف على تجربة الشرطة في صدر الإسلام وذلك عبر تسليط الضوء على الجوانب التالية:

* الشرطة في صدر الإسلام:

يقول أحمد عبد السلام ناصف: "أن الشرطة في الإسلام هم مجموعة من الجند يعتمد عليهم الخليفةاوالوالي في إستتباب الأمن وحفظ النظام العام والقبض على الجناةوالمفسدين ومالإلى ذلك من الأعمال التي تكفل سلامةالجمهوروطمأنينتهم "[٢]

فالشرطة لها دور عظيم في تأسيس النظام في المجتمع. والمجتمع الإسلامي في صدر الإسلام الذي تأسس على القيم الفاضلة والأخلاق الحميدة ، وكان يعتمد على الشرطة في تنفيذ الضوابط التي تحمي المجتمع، وكذلك في تنفيذ الأحكام الحدية والجرائم التي يرتكبها المخالفون لأحكام الشريعة الإسلامية.

يرى بعض المؤرخين أن سيدنا عمر بن الخطاب هو أول من أسس الشرطة في الإسلام ، ويقول البعض أن سيدنا أبي بكر الصديق هو أول من أضطلع بمهمة الشرطة في الإسلام لقيامه بحماية الرسول (ص) وتأمين تحركاته وحماية أفراد المجتمع الإسلامي الصغير من إعتداء قريش وبذا فإن بداية الشرطة كانت في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم [٣]

*** الشرطة في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم:.**

أعتبر المقريزي الرسول صلى الله عليه وسلم أول من عس ،ومما يدعم ذلك الرأي أن الرسول صلى الله عليه وسلم عين الصحابي قيس بن عبادة كأول صاحب شرطة

---

[١] دستور السودان الإنتقالى للعام ٢٠٠٥م"الخرطوم،هيئة التربية للطباعةوالنشر"ص٥٢- ٥٧

[٢] أحمدعبدالسلام ناصف:الشرطة فى مصر،مصدر سابق،١١٣

[٣] محمدالأمين بشرى:العدالة الإجتماعية،مصدرسابق ،ص٤١

وكلفه بالطواف ليلا لتفقد أحوال المسلمين وقد عاونه في ذلك علي بن أبي طالب وسعد بن أبي وقاص ويزيد بن زرقاء وأوس بن ثابت[١]

وفي الأثر نجد أن الرسول صلى الله عليه وسلم نصح صاحبه أبا عبد الله حذيفة بن اليمان عام ٩هـ /٦٢٩م بعدم الولاية لأئمة الفجور فقال له : (إياك أن تكون لهم قاضياً ولا جابياً ولاعريفاً لا شرطياً)[٢]

الشرطة في عهد ابي بكر الصديق" رضي الله عنه": "١١هـ-١٣ هـ /٦٣٢-٦٣٤م)

.

تولى الخليفة أبو بكر الصديق أمور المسلمين بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم ،وفي عهده إرتد جمع كبير من المسلمين ونشأ ما يعرف في التاريخ الإسلامي بحروب الردة ولذا فقد أولى الخليفة الأول جل إهتمامه لمسائل الأمن الداخلي وإستعان بالشرطة (العسس) في الطواف ليلاً على المدينة المنورة لنشر الطمأنينة ودعم الإستقرار [٣]وروىأبو هب أن رجلاً قال لعبد الله بن مسعود (هل لك في شيء تأمر به في حق الوليد بن عقبة الذي لحيته تقطر خمراً ، فأجابه حرم علينا التجسس إلا إذا ظهر لنا شيء يكون مخالفاً للأمر وصار نصب العين وتحقق وثبت لدينا، وجب علينا إجراء الحد عليه) [٤]

الشرطة في عهد سيدنا عمر بن الخطاب " رضي الله عنه" "١٣هـ ٢٣ / ٦٣٤ -٦٤٤م)

بعد وفاة الخليفة الأول أبي بكر الصديق " رضي الله عنه" تولى عمربن الخطاب أمور المسلمين ،وفي عهده إتسعت الدولة الإسلامية فشملت بلاد الشام والعراق ومصر.

هذا الإتساع في الدولة الإسلامية أظهر معالم النظم الإدارية الحديثة بما في ذلك إدارة الشرطة ولما عرف به إبن الخطاب من العدل والرحمة نجده قد إهتم بالشرطة وأعمال لأمن المواطنين وتنفيذ حدود الإسلام وقوانينه وقد كان يعس ليلاً ويطوف شوارع المدينة للتأكد من إستتباب الأمن في طرقاتها كما كان يتفقد أسواقها بصحبة

---

[١] محمدالأمين بشرى:العدالة الإجتماعية ،مصدرسابق ،ص٤١

[٢] نفس المصدر ،ص٤٣

[٣] نفس المصدر ،ص٤٣

[٤] محمدعبدالسلام ناصف:الشرطة فى مصر ،مصدرسابق،ص١١٤

مولاه سالم وعبد الرحمن بن عوف حتى أعتقد البعض أنه أول من عس وأن الشرطة بدأت في عهده ، فقد كان رضي الله عنه – يفرق بين العسس والتجسس. [١]

وقد جاء في الأثر كذلك عن عبد الرحمن بن عوف أنه خرج ذات ليلية مع الخليفة إبن الخطاب لحراسة المدينة وأثنناء سيرهما رأيا ضوء سراج في بيت فإنطلقا نحوه فلما دنوا منه إذا بباب مجاف على القوم لهم فيه أصوات مرتفعه فقال سيدنا عمر أخذاً بيد عبد الرحمن بن عوف : أتدري بيت من هذا ؟ فقال إبن عوف بيت ربيعة بن أمية بن خلف ، وهم الآن يشربون خمراً فما ترى؟ فقال عمر أرى إننا قد أتينا ما نهي الله عنه، فقد قال الله تعالى :" ولا تجسسوا". ولقد تجسسنا فإنصرف عنهم عمر رضي الله عنه وتركهم.

وروى عن إبن عباس أنه قال : طرقني عمر بن الخطاب بعد هدأة الليل فقال لي: أخرج بنا نحرس نواحي المدينة " فخرج حافياً وعلى عنقه درته"

وفي عهده أسلم أبو شحرة بن عبد العزى بعد إرتداده عن الإسلام فأتى عمر ليأخذ عطاء منه فعرفه عمر فضربه بالدرة ومنع عطاءه ، فعاد أبو شجرة الى أرض بني سليم فقال:

ضنا عليه ابو حفص بنائله

وكان يتخبط يوما ولا ورق

ومال زال يرمقني ضربت له

وحال بينى دون الرغبة الشفق

لما رهبت أبا حفص وشرطيه

والشيخ يفزع أحاينا فينمحق [٢]

من خلال الابيات السابقة نجد أن تسمية الشرطة ظهرت لأول مرة في عهده ولا يمكن القول أنه أول من أدخل نظام العسس لوجوده منذ عهد الرسول صلى الله عليه وسلم ولكن عمر بن الخطاب رضي الله عنه نظمه تنظيماً قوياً [٣]

---

[١] محمدالأمين بشرى:العدالة الإجتماعية،مصدرسابق ، ص٤٣

[٢] أحمدعبدالسلام ناصف:الشرطة فى مصر ،مصدسابق،ص١١٥

[٣] نفس المصدر ،ص١١٧

الشرطة في عهد سيدنا عثمان بن عفان " رضي الله عنه"

"٢٣هـ – ٣٥ / ٦٤٤ / ٦٥٦م"

إستمرت الشرطة في عهد سيدنا عثمان بن عفان وعهد سيدنا علي كرم الله وجهه ومعاوية بن أبي سفيان تحت الإشراف المباشر للخليفة إلا أنه بعد إتساع نظام الدولة الإسلامية أصبح لكل ولاية إدارة خاصة للشرطة تتولى مهام حفظ الأمن وتطبيق القوانين [١]

" ويعتبر النويري في كتابه " نهاية الإرب في فنون العرب" أن عثمان بن عفان أول من إتخذ صاحباً للشرطة وكان يدعى عبد الله إبن قنفذ التميمي، ويتفق معه إبن عبد ربه في كتابه " العقد الفريد" وإبن سعد في الطبقات الكبرى.

يورد المؤرخون أن الشرطة قامت بمهام عديدة في الدولة الإسلامية تمثلت في الآتي:– [٢]

١/ التصدي للمعتدين واللصوص.

٢/محاربة الخمور.

٣/ التصدي لأصل الفساد والمحافظة على الآداب.

٤/ التصدي للإضطرابات والفتن السياسية بقصد تأمين الوضع الداخلي.

٥/ مكافحة الحرائق والعمل على إطفائها.

٦/تنفيذ الحدود الشرعية بواسطة المحاكم والقيام بالتعزير ، وكانت الإدارة الوحيدة التي إستعملها الحكام في توقيع العقوبات الجنائية.

٧/ الإشراف على السجون وتنفيذ عقوبات السجن.

٨/تنفيذ عقوبات الغرامة والمصادرة للأملاك.

٩/ حفظ الأمن أثناء الأزمات وتثبيت الأسعار وتنظيم الأسواق.

١٠/ مراقبة أبواب المدن والمداخل وتنظيم جوازات السفر والتي ظهرت لأول مرة في العهد الطولوني بمصر " ٢٥٤هـ – ٢٩٢هـ" إذ أصبح من الواجب على المسافر أن يحمل سجلاً مكتوباً يشمل المرافقين وأفراد الأسرة والعبيد.

---

[١] محمدالأمين بشرى:العدالةالإجتماعية ،مصدرسابق،ص٤٣

[٢] أحمدعبدالسلام ناصف:الشرطة فى مصر، مصدر سابق،١١٨

١١/ تسجيل المواليد.

١٢/ المحافظة على الحاكم ونظامه ومشاركته إحتفالاته.

١٣/إعلام الحاكم بكل الأمور وحالة الأمن بواسطة تقارير يومية.

١٤/ نشر أوامر السلطان ومراسيمه على العامة.

١٥/ المساهمة في البناء والتعمير وإقامة السدود والجسور.

١٦/ مراقبة الوافدين إلى البلاد.

١٧/ الإشراف على الأحوال الداخلية والإجتماعية والدينية.

١٨/ قيادة الجيوش وتسلم الأسرى.

بملاحظة هذه الواجبات نجد أنها كانت تقوم بها الشرطة في الدولة الإسلامية الأولى ونجد أنها شاملة وتتعلق جميعها بالسيطرة على المشكلات الداخلية وتنفيذ الأحكام والحدود وحفظ النظام العام وبسط هيبة الدولة ويمكن القول أنها تؤدي مهام الأمن الداخلي وشملت كذلك المهام العديدة التي تقوم بها إدارات الشرطة بمسمياتها المتعددة في العصر الحديث.

لاحظنا من خلال إستعراضنا الجانب التاصيلي في عمل الشرطة وواجباتها في صدر الإسلام ، فقد وردت كلمة التجسس كثيراً وما يتبعها من النهي فما هي الرؤية الإسلامية للتجسس؟

الرؤية الإسلامية للتجسس:-

في إطار الرؤية الإسلامية للتجسس نجد أن الأصل بين المسلمين ألا يتجسس بعضهم على بعض وقد جاء في القران الكريم قوله تعالى " يا أيها الذين ءامنوا إجتنبوا كثيراً من الظن إن بعض الظن إثم ولا تجسسوا ولا يغتب بعضكم بعضا أيحب أحدكم أن يأكل لحم أخيه ميتاً فكرهتموه وأتقوا الله إن الله تواب رحيم" الحجرات الآية (١٢)

ولهذا فان التجسس منهي عنه بنص القرآن ولا يجوز للأفراد أو الدول ترصد أحد أو التلصص عليه. [١]

---

[١] على النميرى:الأمن والمخابرات "مركز الدراسات الإستراتيجية،الخرطوم" ،ص١١

والتجسس كغيره من المحظورات في الإسلام لا يباح إلا للضرورة القصوى ، فيباح إذا كانت الحاجة إليه ضرورة للدفاع عن حرمة أو درء خطر أكبر ، وقد تضطر الدول الى إتخاذ نظام الرصد والرقابة والتجسس لئلا يفاجئها العدو الخارجي المتخذ له جواسيس وعملاء داخل البلاد لمعرفة الأسرار وتخريب المنشآت وبث روح التخاذل والتمرد بين المواطنين.

فمثل هذا النشاط الهدام يضطر الدولة المسلمة حتماً لإبتدار أساليب الرصد والمكافحة الناجحة والناجعة في الوقاية من الفتن والعثرات.

وان إجراءات مكافحة التجسس في رأي بعض خبراء العمل الشرطي والأمني يشترط أن تكون محكومة بقوانين شرعية تضبط حركة أفراد الشرطة والمباحث وأجهزتهم وعدد سلطاتهم وإجراءاتهم، فلا تفتيش ولا إعتقال دون أمر قضائي شرعي ، يراعي الحرمات والخصوصيات ، فلا يروع آمناً في بيته أو ماله أو عرضه ولا يعاقب أحدا إلا ببينة وتثبت أمام القضاء ،وذلك مصداقاً لقوله تعالى : (يآ يها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأً فتبينوا أن تصيبواقوماً بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين.) الحجرات (الآية ٦)

وقد حدد خبراء الشرطة والمهتمون بتأصيل العمل الشرطي عدة مرتكزات يتميز بها عمل الشرطة في المنظور الإسلامي وهي:-

أولاً: مرجعيته المنطلقة من الوحي: أي التقيد بأوامر القرآن والسنة المطهرة وهذه المرجعية تعد من المرتكزات الأساسية لعلم الشرطة في المنظور الإسلامي فأي حركة أو سكون في هذا المجال لا بد وان يعرض على القرآن والسنة وأخذ الإشارة بالإنطلاق أو التوقف وفقاً لتوجيهات الوحي. [١]

ثانياً: التثبت من صحة المعلومات قبل إتخاذ القرار: لإحتمال أن يكون ناقل الخبر مغرضاً أو صاحب هوى أو أن يكون غير دقيق في نقله.

ثالثاً: إختيار القوي الأمين: أي الإختيار على مبدأ الرجل المناسب في الموضع المناسب ، فبصلاح رجل الشرطة تصلح الدولة وبفساده تفسد[٢]

---

[١] عوض أحمدإدريس :الوجيز فى أصول اللغة "دار الأسبوع للطباعة والنشر،الخرطوم،١٤٠٨هـ" ،ص١٣

[٢] إبراهيم على محمد:المدخل إلى علم الإستخبارات . رؤية إسلامية،الخرطوم،بدون ناشر" ص٤٩

رابعاً: المرونة والمواكبة: وذلك بإستيعاب جميع التغيرات والمستجدات في العمل الشرطي والجنائي مهما تنوعت وتعددت وتطورت ، لأن المنطلقات تستوعب ذلك بالإجتهاد والقياس والإستحسان وشرع من قبلنا وكلها مصادر قادرة أن تستوعب أساليب عصرنا هذا بالرغم من تعقدها وتطورها المذهل.

خامساً: الرقابة : وذلك بمتابعة أفراد الشرطة والمباحث. أثناء تأديتهم لعملهم ، فالبرغم من الإختيار القائم على مبدأ القوي الأمين إلا أن البشر غير معصومين من الإنحراف الذي ربما يكون خطره عظيماً وعواقبه وخيمة.

وفي أمر الرقابة وما عليها يقول الدكتور إبراهيم علي محمد: (عندما تكون الرقابة صارمة ودائمة لأفراد الشرطة ينتج عنها أثر إيجابي ، فعندما يجد المواطن أن أفراد الشرطة منضبطين قمة الإنضباط، فلا قسوة ولا ظلم ولا تجاوز ولا إستغلال للوظيفة يطمئن إليهم و يتعاون معهم[١]

[١] إبراهيم على محمد :المدخل إلى علم الإستخبارات،مصدرسابق،ص٧١

المبحث الثاني

معايير وسلوكيات الشرطة

إهتم الكثيرون من علماء الاجتماع وخبراء الادارة والمهتمون بالجوانب الانسانية في العمل الاداري بالمؤسسات المختلفة بدراسة السلوك الانساني وتاثير تصرفات الافراد على سمعة منظماتهم التي ينتمون اليها ، سواء كان هذا التاثير ايجابي أو سلبي ، وقبل الدخول في تحديد المعايير المطلوبة والسلوك المرغوب من رجل الشرطة لدى الجماهير ، يجب علينا القول بان اسس العلاقة الحسنة بين الشرطة والشعب . تتبع من شخصية رجل الشرطة فهو المرآة التي تعطي الصورة الواحضة عن المؤسسة باسرها ، لذا يجب عليه ألا ينسى نفسه سواء إن كان في العمل او في اوقات راحته فلن يحترم المواطنون السلطة التي يمثلها إلا إذا احترموه شخصياً .

فالسلوك غير السليم لرجل الشرطة سواء كان بملابسه الرسمية أم بملابسه المدنية لا يسيء اليه فقط بل يسئ الى هيئته باكملها ، فإذا ما كان سلوكه ناضجاً مهذبا فان الاثر الذي يشعر به في نفوس المواطنين جميعا هو أن جميع افراد هيئته يمتازون بمثل هذا السلوك المشرف السليم[١]

من المعايير التي حددها الخبراء ويجب أن تكون مطلوبة لرجل الشرطة في سلوكياته واخلاقه وعمله ما يلي:

١/ الشخصية : وشخصية رجل الشرطة لها دور السحر في نفسية الجمهور ومدى تقبلهم لاداء عمله وتنفيذه للقانون فالشخصية القوية المهابة بغير تعنت والمشعة قوة ومهابة دون خوف، أي التي تدعو للاحترام اكثر من الخوف هي التي تليق برجل الشرطة.

٢/ الصفات العامة: مطلوب من رجل الشرطة نسبة لطبيعة عمله وصلته اللصيقة بالجمهور ان يكون حليما وصبورا وواسع الصدر ، متفتح الذهن لاي شكوى او تظلم بالاضافة لصفة الكتمان لما يصله من معلومات لا يبوح بها إلا في مجال العمل

---

[١] أحمد نظمي : مجلة الأأمن العام " القاهرة – وزارة لداخلية العدد "١٤"

الرسمي ،وعدم الثرثرة والعدل والحياد في التعامل مع الآخرين ،والابتعاد عن الشبهات وعدم مخالفة القانون.

٣/ التدريب المتخصص: والتخصص في المهام والواجبات بغرض اتفاقها واثراء روح التنافس بين الوحدات المختلفة.

٤/العصرية والالمام بالتطورات العلمية في مجال العلوم الشرطية والجنائية ومواكبة المهددات الأمنية المستحدثة ومعرفة كيفية التعامل معها.

٥/ المظهر الخارجي: يرتبط الى حد كبير في راي الكثيرين بشخصية رجل الشرطة وعلى تقدير وتقويم الجمهور له، والمظهر الخارجي هو ما يبدو عليه رجل الشرطة عندما يراه الجمهور في ملبس منتظم ومتسق ونظافة وهندسة ملفته في لبسه وانتظامه في مظهره الخارجي في كل الجوانب.

٦/ التفاعل مع الجمهور : المطلوب من رجل الشرطة التفاعل مع الجمهور في كل قضاياه وذلك حتى يحس المواطن ان رجل الشرطة هو صديقه الذي يجده بجانبه عندما يلتفت باحثا عن شخص ينجده عندما يتعرض لمأزق او موقف يحتاج الى التعاضد والتاييد ،وعلى رجل الشرطة ايضا التفاعل مع قضايا الجمهور والاسهام مع الآخرين في الوصول الى حلول لها.

وذلك حتى يؤكد رجل الشرطة انه جزء لا يتجزأ من المجتمع المحيط به والذي يعيش فيه.

٧/ الاخلاص والاستعداد للتضحية : يجب أن يكون الانخراط في مهنة الشرطة مبني على التزام قوي بمبادئ المهنة وتأييد مطلق لاخلاقياتها وايمانا عميقا برسالتها وان اختيار الفرد للعمل بمهنة الشرطة لم يكن عشوائيا وإنما كخيار أوحد يجد فيه رجل الشرطة ضالته فيما يبحث عنه وفي هذا الجو المشحون بالترابط العميق بين المهنة ومن يشغلها ويعشقها ويفضلها كخيار أول ووحيد فانه من الواجب أن يصبح الاخلاص المطلق لهذه المهنة فلا ولاء إلا لها ولا بذل حقيقي إلا في سبيلها.

فيما يضيف أحمد نظمي مجموعة من المثل التي يجب ان تتوافر في رجل الشرطة وهي:

١/النزاهة.

٢/الأمانة.

٣/إحترام حقوق الآخرين.

٤/الثقة بالنفس.

٥/ اطاعة القوانين والتفاني في اداء الواجب[١]

وقد حدد بعض الخبراء جملة من المعايير اطلقوا عليها اخلاقيات رجال الشرطة ومنها:

١/ يجب أن يتحلى رجل الشرطة باللطف واستخدام الطرق السليمة في اتصاله بالجمهور وتجنب اللجوء الى استعمال القوة ، أما اذا تبين أن النصح والطرق السليمة لم تجد نفعا فقد يرى من اللازم وقتئذ الالتجاء الى القوة اذ يجب حتما على رجل الشرطة الذي يطلب اليه اتخاذ اجراءات في امر ما ان يعمل بالحزم الواجب لكي يكون لتلك الاجراءات اثرها الفعال.

٢/ يجب على رجال الشرطة – في كل الاوقات – ان ينتبهوا لعدم الزج بانفسهم في مآزق يتاثرون فيها بدوافع بعيدة عن الاعتبارات الخاصة بالصالح العام.

٣/ على رجل الشرطة ايضا عندما يخاطبه رجل مدني ان يتلتفت بصفة خاصة الى نوع المعونة المرتجاه ويظهر استعداده لاسدائها له ، كما وانه يخطي إذا اسرف في وعوده عنها. وإذا اتضح له أنه غير قادر شخصيا على تنفيذ المطلوب منه فعليه أن يحيل الطالب الى من يكون في مقدوره مساعدته.

٤/ علي رجل الشرطة ان يضبط عواطفه لان الضابط او الجندي الماخوذ بالانفعال لا تثير حالته الضحك فحسب بل انه يكون عديم الفائدة ايضا[٢]

الحديث عن اخلاقيات رجال الشرطة تدعونا للتطرق عن السلوك العام لرجل الشرطة اذ يجب على رجل الشرطة ان يراعي في سلوكه الشخصي ألا يجلب لنفسه او لمؤسسته السمعة السيئة ،وعليه أن يتحاشى كل ما من شأنه ان ينقص من قيمته وقدره . كإساءة استعمال زيه الرسمي أو بطاقته الشخصية ، اوشرب الخمر بالزي الرسمي او التحدث بدون سبب عن أعمال وظيفته واهمتيها. وكذا لعب القمار

---

[١] أحمد نظمي : مجلة الأمن العام " القاهرة – وزارة الداخلية العدد(١٤" ١٩٦١م ، ص٨٤ – مرجع سابق.

[٢] محمد طلعت عيسى : العلاقات العامة : مصدر سابق ، ص٢٠٩.

وعدم سداد ديونه واشتقاله بالبيع او التجارة وقبول الهدايا او الخدمات الخاصةو الاهمال في أداء واجبه واستعمال القوة دون مقتضى.

كما يجب عليه ألا يخالط ذوي السمعة السيئة والمعروفين بارتكاب الجرائم وعليه ألا يتردد على الأماكن المشبوهة اللهم إلا استدعت ذلك ظروف عمله[١]

الوظيفة الشرطية وطبيعة عمل رجل الشرطة:

الاخلاقيات والمثل والسلوك والمعايير التي تحدثنا عنها تدعونا للحديث عن طبيعة عمل رجل الشرطة، أو الوظيفة الشرطية والامنية التي تؤديها مؤسسة الشرطة وفي ذلك يقول مايلز بلاند Mioles Co peland " ان جوهر الحكم هو القوة فالحكم ليس مجرد مشروع باقتراح اجراءات عامة او اصدار احكام قضائية ولكنه اضطلاع بهذه الاجراءات وتنفيذ تلك الأحكام، وان النجاح في تحقيق ذلك رهين بانتقاء اكثر الوسائل ملائمة واضمنها لتحقيق النتيجة[٢]

والوظيفة الشرطية هي العمود الفقري لكافة مهام الدولة وبدون هذه الوظيفة لا تستطيع الدولة بلوغ اهدافها وتحقيق ذاتيتها. وهذه الوظيفة لها عدة خصائص يمكن اجمالها في الآتي:[٣]

١/ أنها العمود الفقري للدولة والاجهزة المختصة بشئون الشرطة والعمل الجنائي.

٢/ انها وظيفة مدنية رغم استخدامها القوة في ممارستها اليومية ، ورغم طبيعتها العسكرية من حيث التدريب والتسليح.

٣/ تعتمد على تحقيق اهدافها على العمل الجماعى في الأداء باسلوب الفريق الواحد.

٤/ انها وظيفة قومية شاملة لتوسع اختصاصاتها الامنية والاقتصاديةو السياسية والاجتماعية على المستوى الداخلي للقطر.

٥/ عدم اعتمادها المغامرة أو الارتجال ، وانما خطواتها محسوبة ومخططة في في اطار القانون والنظام المكلفة هي اساسا للمحافظة عليه.

---

[١] مجلة الأمن العام : العدد (١٤) مصدر سابق ، ص٨٤

[٢] مايلز كويلاند : " لعبة لأمم" " ترجمةمروان جبر" لبنان : بيروت أنترناشونال للنشر ١٩٧٠ – ص، ١٢

[٣] د. عمر أحمد قدور : شكل الدولة ، مصدرسابق، ص١٧٢

٦/ انها تتحرك في اطار الشرعية والضمانات الدستورية الى جانب القوانين واللوائح الانضباطية التي تحكم سلوك افرادها سواء في ادائهم لمهامهم الوظيفية اوفي مسلكهم الشخصى العام كأفراد منتمين لها .

مع وضوح الوظيفة الشرطيةالتي تؤديها الأجهزة الشرطية وخصائصها إلا أننا نجد بعض التجاوزات او بعض مظاهر التهاون في التعامل في الجمهور ولعلها ترجع للقصور في مناهج التدريب او في بعض السلوك الشخصي، ولكنه يسيء الى المؤسسة على كل حال.

وبالحديث عن طبيعة عمل رجل الشرطة نجد أن رجل الشرطة معين لخدمة المواطنين فيجب أن يكون مظهره وسلوكه متمشين مع وظيفة اهدافها حماية النشاط الانساني ورعاية الاخلاق وعلى ان يكون مرناً قادراً على التعامل مع كبار الشخصيات واكتساب احترامهم وان يكون في استطاعته في نفس الوقت التعامل مع أفراد طبقات المجتمع الأخرى.

ومن الصفات التى تمكنه من الاختلاط بمختلف الطوائف وابناء المهن المختلفة ان يكون قادرا على تفهم التعبيرات المختلفة التي تستخدمها ابناء كل مهنة.(١)

ورجل الشرطة في اطار تنفيذه لمهامه هنالك تصرفات مطلوبة منه على الدوام ، إذ يجب عليه أن يكون دائما يقظ الذهن – قوى الملاحظةبعيداً عن التعصب والتحيز.قادراً على التصرف بلبقاة،عادلاً في حكمه حتى يكتسب إحترام المواطنين وصداقتهم . وعليه أن يراعي:

١/ عدم مناقشة المسائل الدينية والسياسية بصور علنية

٢/ الاهتمام بحديث الاخرين، ففي ذلك يضفى عليه صفة الدأب والإهتمام بمشاكل الآخرين.

٣/ ألا يعرض عن محدثه أو يتشاغل عنه بأداء أي عمل.

٤/ أن يعطي المعلومات التي يطلبها المواطنون منه بصدر رحب.

---

(١) مجلة الامن العام : العدد "١٤" مصدر سابق ، ص٨٥

٥/ ألا يعطل أحداً عن عمله أذا ما استدعاه للشهادة ولا سيما أثناء ساعات عمله.

٦/ المحافظة على المواعيد.

٧/ تجاهل الاخطاء البسيطة في سلوك الاشخاص الذين يحتك بهم والتقاضي عنها حتى تستمر علاقته بهم قوية متينة.

٨/ ألا يعتبر أن مناقشة أصحاب الشكاوي وقت ضائع، ففي ذلك فائدة له في تقصي الحقائق وراحةً لهوثقةً به.

٩/ ألا يتحدث عن الاشخاص ولا يجعلهم محور حديثه.

١٠/ أن ينمي معلوماته بحيث يمكنه دائماً الردعلى الأسئلة التي يمكن أن توجه إليه.

١١/ ألا يتحدث عن عيوب وخصائص وعاهات الآخرين.

١٢/ أن يستعمل دائماً التعبيرات المهذبة الواضحة.

١٣/ ألا يقاطع من يتحدث إليه شاكياً متاعبه.

١٤/ يجب عليه عدم قراءة الجرائد والمجلات أثناء عمله وفي حضورالمواطنين لأن ذلك سيضفي عليه صفة من يهمل عمله ويضيع وقته في غير خدمة الجمهور [١]

ولكن على رجل الشرطة أن يعلم أن النجاح في عمله وتادية رسالته يكون فى تركيزه على التعليم والثقافة وكثرة الإطلاع واكتساب الخبرة الناتجة عن ممارسة العمل بكفاءة وأن يكون محباً لعمله ولوظيفته مستعداً للتضحية بوقته وجهده لصالح العمل محترماً لرؤسائه وزملائه متعاوناً معهم ،حسن المظهر ،مهذب السلوك متحلياً بالخلق القويم. والمبادئ السابقة.

كل الصفات والمبادئ السابقة مطلوبة في رجل الشرطة في تأدية واجبه في الحالات العادية. إذاً كيف تكون معاملة رجل الشرطة لمن يخالف القانون؟

وفي ذلك يقول أحمد نظمي " كلما نشط رجال الشرطة في القيام بواجباتهم في تنفيذ القوانين واللوائح كلما زاد إتصالهم بالجمهور، وفى كل مرة يحدث فيها هذا الإتصال يستطيع رجل الشرطة ان يخلق في نفس المواطنين قدوة حسنة عن نفسه وعن هيئته. فيجب ألايكون عنيفاً في معاملته للجمهور لأن التعدي على القانون ليس تعدياً على

---

[١] مجلة الأمن العام : العدد "١٤" مصدر سابق ، ص٨٥

شخصه فإذا إتضح هذا المبدأ في ذهن رجل الشرطة حسنت علاقته بالمواطنين الذين يخالفون القانون [١]

توضح لنا الخصائص السابقة أن رجل الشرطة يجب أن يذكر نفسه دائماً وبإستمرار أنه خادم للجمهور وأن شعار " الشرطة في خدمة الشعب" الذي تستخدمه الشرطة ليس شعاراً للإستهلاك فقط وإنما شعار وسلوك وعمل ، لأن هذا يجعل رجل الشرطة يعرف مايريده الجمهور ويؤديه لهم دون إستعلاء وأن يدرب نفسه على أن يكون هادئاً صابراً مهما طالت ساعات الخدمة وأن يقوم بما يطلب منه بحماس وإخلاص.

ولمعرفة كيفية التعامل مع مخالفي القانون فقد إقترح بعض الخبراء والمشتغلون بالمجال الشرطي والمختصون بالعمل الجنائي ما أسموه بالمقارنة بين موقف مخالف القانون وموقف رجل الشرؤطة وذلك بمعرفة ما يجول في ذهن كل منهما لحظة الحدث والاقتراحات التي تسهل الموقف. وهذه المقارنة كالآتي:

أولاً : دراسة ما يجول في ذهن مخالف القانون عند ضبطه: حتى يمكن لرجل الشرطة تكييف تصرفه مع مخالف القانون عند ضطبه يجب عليه أولاً أن يعرف ما يدور بخلد هذا المخالف حتى يسلك الطريق الصحيح لمعاملته وتنفيذ القانون دون أن يفقد إحترامه . لذا على رجل الشرطة أن يعرف الآتي:

١/ قد يجول في ذهن المخالف أنه يعرف القانون ، أكثر مما يعرفه رجل الشرطة ، كما يعتقد أن تحرير المحضر ضده ما هو إلا رغبة الدولة في زيادة موادرها بتحصيل الغرامات منه ومن سائر المواطنين الذين يوقعهم سوء الحظ في أيدي رجال الشرطة .

٢/ قد يجول بخاطره أنه لم يرتكب خطأً وأن القبض عليه ظلم واضح ومتروك لتقدير رجل الشرطة ومدى فهمه للأمور.

٣/ أحايناً ينظر المخالف إلى رجل الشرطة على أنه رجل مغرور يحاول إظهار سلطته فيستاء من تعطيله لإتمام إجراءات المحضر.

---

[١] مجلة الأمن العام : العدد "١٤" مصدر سابق ، ص٨٥

٤/ قد يصاب المخالف بالرعب خوفاً من الغرامة أو السجن.
٥/قد يكون قلقاً لما سوف يثبت في صيحفة سوابقه.
٦/ وقد يعتقد المخالف أن ضبطه إنما يرجع إلى حب الشرطة في إبراز مجهوده بكثرة عدد المخالفات التي يضبطها.
ثانياً: ما يجول في ذهن رجل الشرطة:-
١/ أن المخالف يحاول أن يخفي عنه شيئاً وأن المخالفة لا تزال تحتاج إلى إيضاح وأن المخالف جاهل وإرتكب غلطة حمقاء.
٢/ قد يشعر رجل الشرطة بالإهانة وعدم الإحترام لأن المخالف لم يمتثل لأمره عند محاولته ضبطه وأنه بذل جهداً كبيراً فى مطاردته وقبضه.
٣/ قد يكون رجل الشرطة متعباً ولديه مشاكل عائليلة أو مادية تجعله يفقد صبره ويتطاول على المخالف.
٤/ قد يشعر يشعر رجل الشرطة بالنقص من كبر مركز المخالف الأدبي وتعلميه العالي فيحاول إحراجه.
٥/ قد يشعر رجل الشرطة بالغضب لإعتقاده أن مخالفة القانون إهانة له وجرح لسلطاته.

إذا ونتيجة لكل هذه الأسباب فان هنالك بوناً شاسعاً بين وجهة نظر المواطن ووجهة نظر رجل الشرطة، وليست هناك مرحلة وسطى يلتقيان فيها فليس لدى أى منهم القابلية أو صفاء الذهن ليعدل قليلاً عن أفكاره ويلتقي مع أفكار الآخر.
إذن ما الحل ؟ قبل التحدث عن إقتراحات يمكن لنا القول أنه واجب رجل الشرطة أن يبدأ هو بالإصال بالمخالف بأقل إحتاك مع أداء واجبه في تنفيذ القانون كاملاً، فلن يمكنه أن يجعل القبض على مخالفي القانون أمراً مستحباً .
ولكنه بلباقة يمكنه أن يجعله خفيف الوطأة.
ثالثاً: إقتراحات لرجل الشرطة عند إحتكاكه بمخالف القانون: [١]

[١] مجلة الأمن العام : العدد "١٤" مصدر سابق ، ص٨٦

١/ يجب أن يتخذ رجل الشرطة قراره تبعاً لوقائع المخالفة وألا يجعل المخالف دخلاً في ذلك.

٢/ بعض من مخالفي القانون يحاول أن يكون مؤدباً مع رجل الشرطة وهو كثير المخالفة ويتخذ من هذا الأدب وسيلة لخداع رجال الشرطة وإستدرار عظفهم ليخلوا سبيله، إلا أن رجل الشرطة في هذه الحاله عليه أن يتخذ قراراه بحزم ولا يتراجع عنه ما دام مبنياً على القانون والوقائع الصحيحة الثابتة.

٣/ على رجل الشرطة أن يخطر المخالف بما سيقوم به من بادئ الامر: فإذا كان ينوي توجيه النصح للمخالف وإنذاره فليفعل ذلك ، ولكن عليه أن يخطره منذ البداية من أنه سيوجه إليه إنذاراً هذه المرة كي لا تتيح له الفرصة لأن يذيع بين الناس أنه قد تمكن من خداع رجل الشرطة وإقناعه بعدم تحرير مخالفة ضده.

٤/ على رجل الشرطة أن يتحدث مع المخالف بطريقة طبيعية؟ وألا يتظاهر أو يمثل أمامه ،وأن يحتفظ دائماً بإتزانه وهدوئه وألايظهر إنفعالهه وإحساساته أويرفع صوته.

٥/ يجب أن يتذكر رجل الشرطة دائما أن مخالفة القانون ليست موجهة ضده وان يبني حكمه دائما على وقائع المخالفة فقط ، لأن عمل المخالف ما هو إلا تعد على االقانون وليس تعد على رجل الشرطة.

٦/ على رجل الشرطة أن يهمل كل ما يفعله المخالف لإثارته.

٧/ على رجل الشرطة أن يتجنب المناقشة مع المخالف فالحديث يجب ان يكون قصيرا واضحاً .

٨/ إذا كان رجل الشرطة منفعلا ، فليتمهل قبل التحدث إلى المخالف حتى يستعيد هدوءه لأن المناقشات البسيطة تكبر وتمتد.

٩/ لا يجوز لرجل الشرطة معاقبة المخالف بأية وسيلة ولوكانت بتأخيره أو إحراجه ،أو حتى يهدده بذلك ، فالعقاب من إختصاص المحكمة ولا يجوز إهانة المخالف أو إشعاره بالغباء فقد يكون المخالف معذوراً فيما فعل وقد يمكنه الإقناع ببراءته، فيجب ان تعطى له الفرصة لذلك.

١٠/ لا يصح لرجل الشرطة مناقشة المخالف في وصف التهمة وأن في إستطاعته تشديدها أو تخفيفها ، ففي ذلك مدعاة للشبهة بل عليه أن يوضح للمخالف وصف التهمة وأسباب ذلك.

١١/ رجل الشرطة كغيره من البشر عرضة للخطأ فإذا ما ارتكب خطأ عليه أن يتراجع ويصلح هذه الأخطاء بلباقة وذكاء.

عموما لاشك أن كياسة رجل الشرطة وحسن تعامله وفهمه لطبيعة مهنته وأهميتها بالاضافة لإهتمام المؤسسة بحسن التدريب واختيار البرامج التدريبية الجيدة والفاعلة وإنتهاج إسلوب التدريب المستمر ، كلها عوامل تجعل من مهمة الشرطي سهلة وميسورة.

وعلى الرغم من الجهود التي تبذل حالياً لخلق علاقات طيبة بين الشرطة والشعب وتسهيل وسائل الاتصالات والتوزيع الجيد لأفراد النجدة في الأحياء وتكوين ما يعرف بالشرطة المجتمعية إلا أنه ما زال هناك بعض المعوقات التي تحول دون إيجاد العلاقات الطيبة المستندة إلى الألفة والمحبة والإحترام المتبادل.

هذه المعوقات تستلزم دراسة الخلفية التي قامت عليها سيكولوجية العلاقة بين الشرطة والشعب، إذاً ما هي سيكولوجية العلاقة بين مؤسسة الشرطة والشعب؟

يرى الخبراء ان اسباب التباعد والنفور بين مؤسسة الشرطة والشعب يمكن ردها إلى العوامل الآتية:[١]

١/ عوامل تاريخية : في استعراضنا بالمبحث السابق من هذا الفصل واستعراضنا للتطور التاريخي للشرطة السودانية وجدنا ان هيئة الشرطة كانت تستخدم في الماضي كوسيلة لإرهاب الشعب والضغط عليه وكثيراً ما استخدمت لتزييف ارادة الشعب ، وكانت وظيفة الشرطة هي جبي الضرائب والمحافظة على مصالح المستعمر سواء كان في العهد التركي او فترة الاستعمار الثنائي البريطاني المصري وكلها بعيدة عن مصلحة المواطن والوطن.

٢/ العوامل النفسية:

[١] فخر الدين خالد عبده: مجلة الأمن العام " العدد "٤٨" القاهرة ، ص١١.

وهي ايضا من اسباب عدم الانسجام في العلاقة بين الشرطة والشعب ومنشأ هذا الحاجز النفسي ان اي فرد في المجتمع نشأ ولديه الرغبة في التمتع بأكبر قدر من الحرية ،والبعد عن الرقابةالمقيدة لحريته وحركته وفكره وتعبيره ويرى ان رجل الشرطة بما له من سلطة تنفيذ القانون وإقرار الأمن والنظام سوف يمنعه من التحرك او الفعل او التعبير الحر ،فتتحرك مشاعر الكراهية

للسلطة وتتجه بالضرورة نحو رجل الشرطة وسلطته، وفي هذه الحالة لن يغمره رجل الشرطة بالحب والحنان وإنما بشيء من الجفاء وحتى لو لم يحدث بينهما أي احتكاك على الإطلاق ،ويبقى هذا الشعور كامناً في النفس ويطفوا عندما يجد ما يحركه من ظواهر خارجية.

٣/ عوامل ترجع الى تصرفات رجال الشرطة أنفسهم:

الشرطة هي الهيئة التي يناط بها تنفيذ القانون وهي الأداة التي يستطيع المجتمع المتحضر عن طريقها ان يقيم الأمن ويحفظ النظام وواجب الشرطة في المقام الاول هو منع ارتكاب الجريمة ثم ضبط الخارجين.

وسر نجاح انظمة الشرطة يمكن في مدى ما تشعيه في نفوس المواطن من شعور بالامن والامان.

وكذلك من معايير نجاح اي تنظيم شرطي مدى التزام هذا التنظيم بالقانون واحترامه بالحقوق العامة والحريات لأنه كيف يمكن أن يشعر الفرد بالأمن في ظل رجل الشرطة لا يحترم القانون.

وسوء تصرف رجل الشرطة قد لا يؤدي فقط الى شعور الافراد بالاستياء بل قد يؤدي الى ما هو أكثر من هذا إذا كانت هذه التصرفات تنطوي على إستفزاز لمشاعر الجماهير: فقد يتطور الأمر إلى حد الإعتداء بين رجل الشرطة وأفراد الجمهور.

وغني عن القول ان رجل الشرطة يجب أن يجعل من كل تصرفاته ومظهره باعثا على احترام الجمهور له فرجل الشرطة الذي لا يحسن بتصريف امور نفسه ، والذي لا يرقى مستواه الثقافي الى مستواه اللائق به كرجل شرطة يؤدي عمله مع جمهور متباين في درجات الثقافة لا شك انه لا يحظى بتقدير واحترام الجمهور له.

٤/ الاسباب التي ترجع الى وسائل الاعلام:

لاشك ان لوسائل الإعلام أثراً كبيراً فى وقتنا هذا على تفكير الجمهور وإتجاهاته ومن المؤكد ان هذه الوسائل ذات اهمية كبرى بالنسبة لمؤسسات الشرطة للأسباب الآتية: -

١/ كثيرا ما تستعين مؤسسات الشرطة بوسائل الإعلام في أعمال البحث الجنائي.

٢/ يمكن ان تستعين مؤسسات الشرطة بوسائل الاعلام لشرح وتوضيح اسلوب الشرطة في العمل للجمهور كوسيلة اتصال بالمجتمع تساهم في نباء علاقاتة طيبة بين الشرطة والشعب.

وفي الناحية الثانية تعتبر مؤسسة الشرطة ذات أهمية كبيرة بالنسبة لوسائل الإعلام للاسباب الآتية:-

أ/ تساعد طبيعة العمل الشرطي على تزويد وسائل الإعلام بأخبار على جانب كبير الأهمية.

ب/ كثيراً ما يستعين العاملون في مجال الإعلام برجال الشرطة لتسهيل مأموريتهم المتعلقة بالعمل.

هذه العلاقة الوثيقة بين رجل الشرطة والإعلام هى ذات حدين ويمكن للعاملين بالاعلام ان يلعبوا دوراً كبيراً وخطيراً في العلاقة بين الشرطة والشعب وبدون قصد منهم إلى ذلك.

وأثبتت الكثير من الدراسات والابحاث خطورة الإعلام وتأثيراته المختلفة والصور السلبية التي تخلفها المواد الإعلامية عن الشرطة وأعمالها خاصة بعض الأفلام السينمائية وبعض التعاطي مع أخبار الشرطة بصورة خاطئة ومبالغ فيها.

وذلك أن العاملين بالإعلام أو بعضهم ليست لديهم الدراية أو الحساسية الكافية عندما يتناولون موضوعاً معيناً يتعلق بمؤسسة الشرطة.

ولذلك على إدارة الإعلام والعلاقات العامة بالشرطة أن تكون حساسة لهذه الموضوعات وتقدم للإعلام جميع المعلومات والحقائق اللازمة لدعم ثقة الشعب بجهاز الشرطة.

وعليها ايضاً ان تفتح عينها لكل ما ينشر اويذاع بوسائل الإعلام المختلفة وان تدرسة دراسة جيدة واعية وان تعمل على ازاله كل اثر ضار من نفوس الجماهير.

خامسا: تخلف الوعي الشرطي لدى المواطنين:

ينتظر جهاز الشرطة دائما من المواطن العادي ان يبذل بعض الجهد ي حماية نفسه وممتلكاته ضد النشاط الاجرامي للمنحرفين وان يقدم للشرطة كل المساعدات المستطاعة وما قد يكون لديه من معلومات تساعدها على ضبط الجريمة بعد وقوعها ،ولن يتم كل هذا بالصورة المرضية إلا إذا كان هناك وعي شرطي لدى المواطنين.

اهتم العاملون بالمجال الشرطي لتحسين ظروف العمل الشرطي وإزوالة اسباب التباعد السابقة وذلك بالاهتمام بما يعرف بالمسئولية الاجتماعية لجهاز الشرطة تجاه المجتمع.

ماذا نعني بمفهوم المسئولية الاجتماعية بالنسبة لجهاز الشرطة[١]

١/ ان تمتد أيادي جهاز الشرطة لحياة المجتمع ليس فقط من خلال قيامه على تحقيق الأمن، وإنما من خلال التواجد الفعلي في حياة الجماهير، والمساهمة في رقى المجتمع وتطوره بصور شتى، كمشاركة الشرطة للمجتمع ومؤسساته وأفراده في المناسبات المختلفة، والمساهمة في نظافة البيئة وتجميلها.

٢/تمكين الشباب والفرق الرياضية والنوادي والجمعيات من إستخدام الساحات والملاعب الرياضية التي يمتلكها جهاز الشرطة.في المسابقات والمناسبات المختلفة بشكل يدعم علاقة الجهاز الإيجابية مع هذه الجهات .

٣/ تقديم المساعدة والرعاية للمؤسسات الاجتماعية المختلفة كرعاية المسنين والطفولة وغيرها.

٤/ التعاون مع الأجهزة الإعلامية لإنتاج المواد والمضامين الإعلامية المناهضة للمخدرات والتدخين وكافة صور الإنحراف.

---

[١] مجلة الامن: العدد السادس" السعودية الرياض – وزارة الداخلية ، ص١١٦

مما لاشك فيه أن مثل هذه المشاركات التى يساهم بها جهاز الشرطة بالإضافة إلى عمله الرئيسى فى تحقيق الأمن ،تؤدى إلى إبراز جهاز الشرطة بصورة العضو النافع للمجتمع كله بأفراده ومؤسساته ،مما يؤدى

مما لاشك فيه أن مثل هذه المشاركات التى يساهم بها جهاز الشرطة بالإضافة إلى عملها الرئيسى فى تحقيق الأمن ،تؤدى إلى إبراز جهاز الشرطة بصورة العضو النافع للمجتمع كله بأفراده ومؤسساته ،مما يؤدى إلى إيجاد مناخ أفضل يستطيع أفراده تأدية أدوارهم فيه بنجاح وكفاءة عالية.

المبحث الثالث

تأثير العلاقة بين الإعلام والأمن على ممارسة حرية التعبير

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى التطرق لطبيعة العلاقة بين الإعلام والشرطة كمفهوم وممارسة ،وأوجه الشبه بين المجالين ومظاهر الاختلاف بينهما

وأسبابه . وذلك بالتركيز على دراسة وظائف الإعلام والوظيفة الشرطية واثر الاختلاف بين الوظيفتين على مسألة حرية التعبير والرأي وتأثير ممارسة هذه الحرية على الوضع الأمني في الدولة وأداء أجهزة الشرطة عموماً.

والناظر لطبيعة العلاقة بين الشرطة والإعلام يلاحظ أنها تبني على أكثر من محور ونجد فيها طبيعة غريبة لا توجد في معظم العلاقات[١] إذ أن الأصل انه لا فكاك لهذين المجتمعين عن بعضهما البعض بينمايصعب توفر الثقة بينهما وان أول ما يعرفه رجل الشرطة في دراساته الأكاديمية أن أهم المصادرلمعلوماته هي الأجهزة الإعلامية ، فهي إن لم تعطي المعلومة كاملة فإنها تعطي مؤشرا لها وبالتالي فإن من واجبات رجل الشرطة ان يستفيدمنه كمصدرلمعلوماته وان يتعامل معها في الجانب الآخر كثغرة أمنية. أما الإعلاميون فإن طبيعة عملهم تقتضي البحث المستمر عن المعلومات المؤثرة في حياة الناس، ونجد أن أكثر المعلومات تأثيرا على الحياة هي المعلومات المتعلقة بالمؤسسات الأمنية.[٢]

ويجمع المهتمون بالإعلام سواء على المستوى الأكاديمي من باحثين ودارسين أو على المستوى العلمي من خبراء وإعلاميين على مدى أهمية النشاط الإعلامي فى توجيه الراى العام من جهة ودعم إتخاذ القرار من جهة اخرى ، فالإعلام وسيط التغيير الأكثر فاعلية في صناعة وعي الأفراد والقائمين على المؤسسات ،وهو القادر على شرح المشكلات ومناقشة تفصيلاتها خارج الأطر الرسمية،ويوسع الإعلام أيضا بلورة الإرهاصات الأولى للتغيير وتهيئة المجتمعات المحلية والدولية لتقبله والتبشيربه[٣]

ولماكان للإعلام أهمية كبيرة في التأثير على الرأي العام وصناعة وعي الأفراد ، فالسؤال هو : ما هو الإعلام:

***الإعلام لغةً:**

---

[١] الطاهر أبوهاجة:رسالة ماجستير غيرمنشورة،مصدر سابق

[٢] فتح الرحمن الجعلى :من قضايا الإعلام العسكرى "الخرطوم ،مطبعة الشهيد/الرائدعثمان عمر،ط١ ،٢٠٠٣م"

[٣] رؤوف المناوى:الموقف الدولى فى إقرار السلام والأمن،"الرياض،٢٠٠٢م" ص٤٩

هو مصدر أعلمه إعلامًا – أبلغه إبلاغًا– أخبره إخبارًا أي إيصال أمر معين من المتكلم إلى المستقبل المقصود بالرسالة كطرف آخر [١]

***الإعلام إصطلاحًا:**

هو كافة الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى الجمهور للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا .بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوينه الصائب لدى الجمهور في الواقع ،والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة [٢]

***تعريف آخر**:

الإعلام هو عملية إتصال موضوعية مجردة وحيادية بشكل عام تستهدف مشاعر الجماهير عن طريق إعلامها بالحقائق كما هي[٣]

ويضيف الدكتور على عجوة :أن التعريف العلمي الدقيق للإعلام هو (نقل الحقائق والمعلومات الجديدة التي تهم أكبر عدد من الناس بطريقة موضوعية دقيقة وسريعه أو فورية كلما كان ذلك ممكنا أو ضرورياً [٤]

ويتضح من التعريف السابق أن للإعلام ثلاث شروط ينبغي أن تتوافر فيه وهي:

١/ الموضوعية أو الدقة الكاملة.

٢/ الحداثة أو الجدة أو الآنيه كلما كان ذلك ممكنا أو ضرورياً

٣/ الضخامة أو الأهمية لأكبر عدد من الناس.

وتتفاعل هذه الشروط لتضع أولويات النشر أو البث ومكانه بالنسبة لما أصطلح علي تسميته بوسائل الإعلام والتي تؤدي أدوارا إضافية أبرزها الدور الإقناعي أو

---

[١] أحمداللهيب :المتطلبات الأساسية للإعلام ومميزاتها،الرياض ،جامعة نايف ،١٤٠٦هـ " ص٤٩

[٢] حسين عبدالحميد رشوان :العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الإجتماع "الإسكندرية ،المكتبة الجامعية "ص٢٤٨

[٣] عاطف أحمدالعبد:الإتصال والرأى العام"القاهرة،دارالفكر العربى ،١٩٩٣م" ص١٩

[٤] على عجوة :الإعلام والأمن ـ المشكلات والحلول "الرياض ،أكاديمية نايف ،٢٠٠٢م" ص١٠

التوجيهي أو التأثيري الموجه والمخطط والمقصود والذي يطلق عليه اصطلاحا علميا يعرف بالدعاية.

إذا ما هي الدعاية؟ وما هو الفرق بينها وبين الإعلام:

الدعاية: هي فن السيطرة على عقول الناس عن طريق تقديم أو نشر فكرة معينة دون الإشارة إلى مصدر المعلومات، وهذا ما يجعل الجهة الداعية تستطيع نشر ما تشاء ،وما يروق لها دون تحري الصدق والدقة والأمانة[١]

وقبل التطرق إلى الفرق بين الدعاية والإعلام نجد أن الدعاية تتخذ عدة أنواع، وقد بادر(موكيللي) إلى تصنيف أنواع الدعاية وفق ظروف عملها وأهدافها ، فحدد أربعة أنواع منها [٢]

١/ **الدعاية الهدامة:** هدفها الهدم بكل أشكاله وإسقاط المثل الأخلاقية في عملها التخريبي الذي يستهدف كل أجهزة الدولة ومؤسساتها وصولا إلى تقويض النظام وإطاحته ،وهي لا تتضمن فكرة معينة ولا تنطلق من عقيدة ثابتة بل تتوخي مجرد التدمير.

٢/**الدعاية العقائدية:** هدفها الدخول إلى قلب المجموعات البشرية خاصة النخبة والشريحة المقاتلة بعد تأهلها وتطوير مستوى عناصرها نحو الطموحات الفضلى وصولا لكسب تأييدها

٣/**الدعاية الاندماجية:** هدفها خلق نوع من الجمهور منصهر المواقف والسلوكيات والآراء وصولا إلى إجماع شعبي عام حول صانع هذه الدعاية الذي غالبا ما يكون في السلطة.

٤/ **الدعاية التحريضية:** هدفها شحذ عوامل الغضب والنقمة وإ ستثارة مشاعر الثورة والهياج الجماهيري.وميدانها الرئيسي في مجالات الدس والتشويه وتحطيم الخصم.

وقام الدكتور على عجوة بتقسيم الدعاية على عدة أنواع يتم التمييز بينها على الأسس التالية:

---

[١] إبراهيم هاشم:علم الدعاية التجارية " دمشق، بدون سنة نشر " ص١٩٠

[٢] روجيه موكيللى : علم النفس والإعلان و الدعاية "باريس،١٩٥٠م،ترجمة على عواد،بيروت . لبنان "

١/ **الدعايـة البيضـاء** : وهي التـي تخاطـب العقل والعواطـف السـامية وتعتمـد علـى المنطق في عرض الحقائق وتكشف مصدرها واتجاهاتها وأهدافها

٢/الدعاية السوداء: تلجأ هذه الدعاية إلى مخاطبة الغرائز والإنفعالات والأكاذيب والأوهام دون أن تكشف عن مصدرها أو تحدد عن إتجاهاتها وأهدافها.

٣/ **الدعاية الرمادية:** تستند إلى بعض الحقائق التي لا يمكن إنكارها وتضيف إليها بعض الأكاذيب بحرص شديد وترتبها ترتيبا مغرضا بحيث يصعب إكتشاف ما فيها من تضليل وخداع[1]

إذاً ما الفرق بين الدعاية والإعلام:-

أولاً: سبب الإختلاف بين الدعاية والإعلام:

أ/الدعاية تعمل على إحداث التأثير كشرط أساسي لوجودها

ب/ أي رسالة إعلامية لها تأثير ولو كانت إعلاما لان الرسالة الإعلامية هي تعبير عن فعل حدث ، فأي فعل له رد فعل طبيعي ولكن تختلف عن رد الفعل المخطط لإحداثه عن طريق الرسالة التي تستهدف إحداث تأثير محدد.

ثانياً: الدعاية ظاهرة اجتماعية إرتبطت بنشأة المجتمعات ، فمنذ الأزل هناك دائما أفراد يبغون إشراك غيرهم فيما يرونه من أفكار ومعتقدات للتأثير عليهم لممارسة أنماط معينة من السلوك ، وقد تختلف أساليب التأثير بين مخاطبة العقل أو الغرائز وبين الاعتماد على الصدق والحقائق أو الكذب والأوهام ويقول **(جاك درينكورت)**: أن الدعاية ليست شراً خالصاً فهي كما تستخدم في الخداع أو التضليل قد تستخدم في تحرير الأوطان وخدمة قضايا الإنسانية.[2]

الفارق الأساسي بين الإعلام والدعاية يتمثل في:

أ/ التوجه والنوايا.

---

[1] على عجوة :الإعلام والأمن،مصدر سابق،ص١٣

[2] نفس الصدر،ص١٢

ب/ التأثير المستهدف في الحالتين.

فالتوجه الإعلامي توجه موضوعي يرتبط بالأحداث الهامة الجديدة التي تحدث نوعا من التأثير لدى الجمهور، يختلف من شخص لآخر أو جماعة وأخري.

أما التوجه الذي يسطر على عقل الداعية، فهو التأثير على نحو معين ويسعى إليه الداعية أو من يمثله.

والإعلام له تأثيره وكذلك الدعاية، ولكن تأثير الإعلام تلقائي طبيعي (رد فعل للفعل) أما تأثير الدعاية فمخطط أو مقصود ويسعى إلى توجيه الجماهير بشكل معين يراه الداعية مناسبا لإهتمامه ومصالحه أو لما يرى أنه يتفق مع مصالح هذه الجماهير وإحتياجاتها.

بعد توضيح الفرق بين الدعاية والإعلام يجب توضيح وظائف الإعلام وما يتميز به حتى نستطيع الوقوف على سبب الإختلاف بين الفلسفة الإعلامية والفلسفة الشرطة والصراع بينهما ونقاط الالتقاء أن وجدت.

وظائف الإعلام:

يتميز الإعلام بعدة وظائف رئيسية[1]

أ/ **التوجيه:** تبدأ عملية التوجيه من المدرسة ويترافق مع دور المجتمع بكافة أشكاله الدينية والعائلية والاقتصادية.

ب/ التثقيف وضخ المعلومات.

ج/ الإعلان والدعاية التجارية: ويتولى الإعلام في هذه الوظيفة تعريف الجمهور بكل تفاصيل الميادين الاقتصادية والتجارية والصناعية ومجال الأعمال.

د/ التسلية والترفيه: وهي وظيفة إشغال أوقات الفراغ عند الفرد أو الجمهور.

ويرى الأستاذ صلاح الدين حافظ، أن هناك ثلاث مهام رئيسية للإعلام وهي كالآتي:[1]

١/**الإخبار والإبلاغ:** أي إمداد القارئ بالمعلومة الموثقة

---

[1] على عواد :الدعاية والرأى العام" بيروت . لبنان ،١٩٩٧م"

[1] صلاح حافظ:تزييف الوعد اسلحة التضليل الشامل "القاهرة،٢٠٠٤م"ص١٠١

٢/ **التثقيـف والتنـوير**: أي الإرتقـاء الفكـري بالقـارئ والمتلقـي بإطلاعـه علـى أحـدث الأفكار والنظريات والإختراعات في العالم.

٣/ التسلية والترفيه.

ويضيف صلاح حافظ[٢]:- أن الخطورة الحقيقية تكمن فيما نراه من التلاعب بهذه المهام وفي تغليب واحدة على الأخرى وفق الرؤى والسياسات الحكومية ، فالأخبار غالبا ما تقدم للمتلقي في شكل نمطي وفق البروتوكول الحكومي وترتيباته خبر الرئيس أو القائد يحتل المقدمة بصرف النظر عن قيمته وأهميته وتوقيته ، يليه خبر رئيس الحكومة ثم الوزراء وفق ترتيب أقدميتهم وأخيراً تاتي أخبار الأحداث والتطورات الساخنة والمهمة ذات القيمة الإخبارية العالية التي يتوقع المتلقي أن تأتي في المقدمة ،و على هذا الأساس فإن الثقافة الرسمية وحدها ونشاطاتها وإختيارها هي التي تحتل الأهمية حتى ولو كانت أقل في القيمة والأثر من نشاطات ثقافية أخرى.

أما رأيه في التسلية فيقول صلاح الدين حافظ:أنها تخضع لإعتبارات أخرى يوجزها بالقول(هناك فلسفة حكومية سائدة تعتقد أن إغراق المتلقي في الخطاب الإعلامي المزدحم بالتسلية والترفيه يلهيه عن همومه الخاصةوالعامة وعن أزمات مجتمعه السياسيةوالاقتصاديةوضغوطها الإجتماعيةوعن الدخول في حلبة الصراعات السياسية والمشاركة الحزبية والمطالبة بالحقوق والحريات) [٣]

عموما لا يجب التسليم بهذا الراي بالرغم من وجاهته ،ولكن لتوضيح الأمر أكثر يرى الباحث ضرورة دراسة النظريات الخاصة والنظم التي تحكم عمل الإعلام في العالم . ومن هذه النظريات أو النظم الإعلامية المؤثرة في حرية الإعلام ومضمونه ما يلي:

أولا: نظرية حارس البوابة: Gate Keeper

يرجع إ ستخدام مصطلح حارس البوابة للعالم (كيرت لوين Kurt Lewin) حيث إ ستخدمه عام ١٩٤٧م ليشير إلى العملية التي تسير فيها المادة الإعلامية في قنوات حتى تصل إلى الجمهور. وخلال هذه القنوات تمر بعدة نقاط تكتسب

---

[٢] نفس المصدر ،ص١٠٢

[٣] نفس المصدر ،ص١٠٥

فيها تصريحا بالمرور من هذه النقاط التي تشبه حواجز التفتيش ،وفي هذه النقاط يتم اصدار التصريحات أي تقرير ما يمر وما لا يمر ،وكلما إزدادت المراحل التي تمر بها المادة الاعلامية إزداد عدد هذه النقاط ،وسمي (كيرت لوين) هذه النقاط بوابات ، وسمى الأفراد الذين يقفون على هذه البوابات حراس البوابة ويمثل حارس البوابة في الإعلام عدة وظائف مثل:

الناشرين – المحررين – مديري المحطات ، وغيرهم ممن لهم سلطة تقييم محتوى الإعلام لتحديد علاقته وقيمته بالنسبة لجمهور المتلقين[١]

ولحراس البوابة عدة أدوار منها:

١/ دور داخلي وهو جزء من التنظيم ا لمؤسسي ويعمل فيه حارس البوابة في إطار سياسة المؤسسة وهو جزء غير مرئي إلا أن دوره حيوي لإستكمال وظائف الأدوار المختلفة ومسؤلياتها داخل التنظيم.

٢/ **دور خارجي:** وهو المشرع أو المنظم الخارجي: مثل الرقيب في زمن الحرب وإعلان الأحكام العرفية من خارج وسائل الاعلام ويعمل في إطار قيمي مختلف وهوأ شبه بالوكيل الحكومي ،فهو يضبط ويفسر ويقيم المحتوي ويمكنه أن يمنع الرسالة من أن تصل إلى الجمهور[٢]

---

[١] محمد عبد الحميد:نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير "القاهرة،٢٠٠٠م، عالم الكتب،ط٢ " ص١١٦. ١١٧

[٢] نفس المصدر ،ص١٢٠

ثانياً: النظام الإعلامي السلطوي:

تعتبر نظرية السلطة في الفكر السياسي هي الوعاء الفكري للنظام الإعلامي السلطوي ،وهذه النظرية سادت في أوربا في القرنين السادس والسابع عشر وهي تنظر إلى الفرد باعتباره تابعا للدولة.

وتعتبر الصحف في ظل هذا النظام الإعلامي أداة لنشر أفكار الدولة وتوجيهاتها بإعتبارها وسيلة لنقل المعلومات وتحقيق غايات الدولة وتكون سيطرة الدولة على وسائل الإعلام في الترخيص والقيود التشريعية على الإصدار والتوزيع وقيود الرقابة السابقة واللاحقة وحق السلطة في تنظيم المهنةو تنظيم المهنةوإنتماءات الأفرادلهاوذلك كله بمايضمن فى النهاية ولاء الصحف ووسائل الاعلام كاملاً للسلطة. وبالتالي الحد من حرية هذه الوسائل في التعبير أو مناقشة ما تصدره من قرارات أو تقوم به من أعمال.

ثالثاً: النظام الإعلامي الحر:-

تعتبر نظرية الحرية وعاء الفكري للنظام الإعلامي الحر، وهي تعطي الإعتبار الأول للفرد الذي يمتلك القدرات الكاملة للتمييز بين الصواب والخطأ وإتخاذ القرارات السليمة دون وصاية من الدولة أو من أجهزة السلطة ،وبالتالي فإن الفرد يجب أن تتاح له الحرية الكاملة في أن يعمل ويفكر دون قيود ما دام ذلك لا يتعارض مع حرية الآخرين.

وتبلورت كل هذه الافكار في مفهوم الحرية الفردية في جميع مجالات النشاط الإنساني وعملياته الإجتماعية.

ووسائل الإعلام في ظل هذا النظام يجب أن تتلخص من أية قيود أو رقابة سابقة أو لاحقة تحد من حريتها في التعبير والنقد ،مع حرية الافراد في إصدار الصحف وتوزيعها دون ترخيص سابق.

إذاً في ظل النظامين الإعلاميين السابقين ، ما هي العلاقة بين الحرية والموضوعية في الإعلام؟

للاجابة على هذا التساؤل يجب الإقرار بأن الحرية لا تعني إ ساءة الظن بالناس ولا أن يسخر قوم من قوم ونساء من نساء . ويقول الله تعالى في هذا

المعنى (يأيها الذي آمنوا لا يسخر قوم من قوم عسى أن يكونوا خيراً منهم ولا نساء من نساء عسى أن يكن خيراً منهن ولا تلمزوا أنفسكم ولاتنا بزوا بالألقاب يئس الإسم الفسوق بعد الإيمان ومن لم يتب فأؤلئك هم الظالمون) الحجرات (١١) وقوله تعالى : (يأيها الذين آمنوا إجتنبوا كثيراً من الظن إن بعض الظن إثم ولا تجسسوا ولا يغتب بعضكم بعضا أيحب أحدكم أن يأكل لحم أخيه ميتاً فكرهتموه وأتقوا الله إن الله تواب رحيم) الحجرات ١٢

والحرية أيضاً لا تعني شتم الآخرين، يقول الله تعالى : (ولا تسبوا الذين يدعون من دون الله فيسبوا الله عدواً بغير علم كذلك زينا لكل أمة عملهم ثم إلى ربهم مرجعهم فينبئهم بما كانوا يعملون) الانعام ١٠٨

من هذا الجانب التأصيلي والبيان الواضح من الآيات القرآنية الكريمة وتعريفها الدقيق لمعاني الحرية والموضوعية في التناول الإعلامي وحرية الفرد في التعامل مع الآخر. يبقى علينا الإجابة على سؤالٍ مهم وهو كيف تكون الموضوعية الإعلامية؟

للاجابة على هذا التساؤل يقول الدكتور على عواد[١] (إن الموضوعية الإعلامية تنبثق من مناخ تسوده الحرية المسؤولة والديمقراطية ، الحرية الخاضعه للرقابة الذاتية والنقد الذاتي. يقول الله تعالى : (بل الإنسان على نفسه بصيرة ولو ألقى معاذيره) سورة القيامة ١٤-١٥

ويضيف على عواد[٢]:. لعل هذه الآية هي الإشارة الأولى إلى الرقابةالذاتيه فى التاريخ.وبالرجوع لمسألةالموضوعية الإعلاميةتكون الحرية في عرض الحقائق والمعلومات بوعي وصدق ووضوح دون تشويه أو إختلاق. يؤدي ذلك إلى تكوين رأي عام وطني قوي و سليم ، حيث تمنح الجماهير القيادات الحاكمة القوة لتحقيق تطلعاتها وأمانيها مستندة إلى قاعدة صلبة وأرضية متماسكة من الوحدة الوطنية.

---

[١] على عواد:الدعاية والرأى العام،مصدر سابق،ص١٢٢

[٢] نفس المصدر ،ص١٢٢

ويرى الدكتور على عواد أن تحقيق هذا الهدف يتأتى بالآتي[١]

أولاً: لا بد من توفير وسائل إعلامية حديثة تساير التقنية.

ثانياً: الإعداد المهني الجيد للعاملين في هذه الأجهزة.

ثالثاً: معرفة النظام السياسي بعمق.

رابعاً: دراسة وقياس الرأي العام وإتجاهاته بإستمرار ورصد سلوكية الجماهير وعاداتها وتقاليدها.

خامساً: تكوين ثقافة مميزة في مجال العلوم وخاصة الانسانية منها.

سادساً: التنسيق بين كافة الوسائل الاعلامية ومؤسساتها الرسمية والخاصة كل ذلك في إطار الديمقراطية الواعية والرقابة الحضارية بعد تأمين الإكتفاء المادي لهذه الوسائل ودعمها من قبل السلطات الحاكمة عند الضرورة حتى لا تمد يدها للخارج والسفارات ، أو ترضخ لرغبات المعلن وشروطه.

وقد نبه الدكتور (هاشم الجاز) الأمين العام للمجلس القومي للصحافة والمطبوعات السودانية. إلى خطورة الإعلان وتأثيره على حرية العمل الصحفى وإعتبره من أخطر التشريعات والقيودات القانونية للصحافة والإعلام[٢]

ووضح لنا من خلال النظم الاعلامية السابقة التي تعرضنا لها أن الموضوعية الإعلامية تتاثر بالنظام السياسي والسلطوي وهذا التأثير يتضح لنا من خلال إلقاء نظرة خاطفة على علاقة رجل الإعلام بالسلطة. فقد ظهرت الحاجة إلى وصف خصائص الصحافة ووسائل الإعلام في الدولة في مرحلة ظهور الصحف وتطورها. والنظرة السائدة بأن تطور الصحف مرهون بإقترابها من أجهزة السلطة الحاكمة لما يمكن أن تلقاه من تيسيرات وتسهيلات في الحصول على المواد الإخبارية أو توزيع الصحف والحصول على هامش حرية النشر[٣]

---

[١] على عواد: الدعاية والرأى العام ،مصدر سابق ،ص١٢٣

[٢] هاشم الجاز :ندوة حريات الإعلام"الخرطوم ،قاعة الشهيد الزبير ،٢٠٠٥م"

[٣] محمدعبدالحميد:نظريات الإعلام،مصدرسابق،ص٣٣٨

ويقول الأستاذ محمد حسنين هيكل :. (أنه لا بد أن يكون للصحفي علاقة وثيقة بالسلطةوهي علاقة بين طرفين أحدهما هو صاحب القرار يريد أن يحتفظ بالخبرولوأن مصلحته أن يصل الخبر إلى الناس بشكل معين والطرف الثاني هو الصحفي يريد الوصول إلى الحقيقة، كل الحقيقة وأن ينشرها كما هي[١]

وعن تجربة الصحيفة في دول العالم الثالث يقول هيكل كلما إقترب الصحافي من السلطة إقترب من صنع القرار[٢]

ولكن يبقى السؤال هل يتمكن الصحفي من المشاركة في صنع القرار حتى ولو كان بعيداً عن مركز السلطة ؟ التجارب تجيب بالإيجاب شرط الحصول على الأخبار عبر قنوات وأجهزة خاصة[٣]

ويدافع الكثيرون عن وجود الحرية وممارستها وذلك بوجود مؤسسات إعلامية متعددة، وتعدد السلطات في الدولة إبتداءاً من الجهاز التنفيذي والجهاز التشريعي ومستويات الحكم المختلفة في الدولة. إلا إنه إذا نظرنا لواقع الإعلام اليوم في الدول النامية والعالم الثالث نجد أن مظاهر وجود المؤسسات المتعددة في دول العالم الثالث ما هو في الغالب إلا مظهر ديكوري فقط ولا يعني بأي حال من الأحوال أن هناك سلطات متعددة بل سلطة واحدة هي التي تشرع وهي التي تقرر وهي التي تنفذ ولا تسمح في كثير من الأحيان بإنتقادها أو تقويم أعمالها وسياساتها وبالتالي لا توجد في رأي الباحث صحافة حرة.وحتى فى دول العالم الأول لا توجد صحافة حرة بالمطلق ، فكل رأي ينتمي الى شيء سواء كان هذا الشيء تنظيماً أم حزباً أو سلطة حاكمة . فالرأي قناة توجيهيةبحد ذاته وحجب الاخباريمنع صياغةهذا الرأى سليماً. والموضوعية المرتبطة بحرية الاعلام لا تتبلور إلا بمعرفة كامل ما يحدث أو على الأقل أكبر قدر منه ففي غيبة الوقائع لا موضوعية ولا حرية إعلام كما يرى الكثيرون.

---

[١] مجلة العرب: العدد"٣٢٦"ص٦٦

[٢] نفس المصدر ،ص٦٦

[٣] على عواد :الدعاية والراى العام،مصدرسابق،ص١٢٦

وهناك أمثلة واضحة للمارسة الغربية على التأثير في مضمون وسائل الإعلام والحد من حريتها في التعبير ونقل الحقائق بموضوعية وحيادية تامة، مثال لذلك الضغوط التي مارستها السلطات. الأمريكية والبريطانية على بعض الصحف التي حاولت أن تعبر عن وجهة نظرها خلال الحرب الأولى في الخليج عام ١٩٩١ أدت إلى توفيق بعضها عن الصدور وكذلك نجد أن أنهم مارسوا عملية إخضاع المعلومات والأشرطة التي كانت توزع من السعودية حيث كان مقر قيادة القوات المتحالفة ضد العراق والرقابة الاعلامية الصارمة حملت بعض وسائل الإعلام في العالم العربي وبعض الدول على السخرية من فكرة الديمقراطية الغربية التي غزت الأذهان في النصف الثاني من القرن السابق.

وغني عن القول أن هذا الحديث ينطبق بصورة واضحة ومريرة في النسخة الثانية لحرب الخليج وإ سقاط السلطة في العراق إذ شاهد الناس كيف تم التسويق لفكرة إمتلاك العراق لأسحلة دمار شامل وقدرتها على تطويرها في ظرف زمني قصير وما إلى ذلك من الأكاذيب التي ظلت ترددها أجهزة الإعلام الدولية بصورة فاضحة ومتعمدة مع تغييب الحقائق على أجهزة الإعلام الأخرى خاصة العربية منها، بل أدى الأمر افي بعض الأحيان إلى قتل الصحفيين وتدمير مكاتب وأجهزة التلفزيونات العربية كالجزيرة وأبو ظبي بل وصل الأمر إلى منع الجزيرة من العمل في العراق حينها وذلك بالتزامن مع التخطيط لإجتياح مدينة النجف المقد سة للقضاء على جيش المهدي التابع للتيار الصدري في العراق.

إذاً نجد أن قضية الصحافة في العالم الحر والتي يعتقد أحياناً أنها تمتلك الحرية المطلقة في أن تكتب ما تشاء ومتى تشاء وكيف تشاء ، فكل هذا النوع من الصحافة الحرة غير موجودة.

فالحرية في العالم الغربي مقيدة لصالح فئات سياسية توجه القارئ من وراء الستار وبطريقة ذكية وخفيه حيث إنها تسرب له ما تريده وما تحتاجه وتحجب عنه الكثير من القضايا التي تحصل كل يوم وتمر مرور الكرام على الشاشات المرئية وفي الصحف اليومية أو المجلات الإسبوعية.

كما إن الحرية الصحفية تخضع في النهاية لنوع من الرقابة غير المباشرة أي الرقابة الذاتية التي تحد من حرية إمتلاك الحق في قول الأشياء كما هي وفي بعض الأحيان تقلب الحقائق إلى أكاذيب والأكاذيب إلى حقائق .

وأحاينا تتحول الصحافة لنوع من السلطة بحيث أنها تصادر حق المشاهد أو المستمع في معرفة القضايا التي يعتقد الرقيب أنها غير مهمة.

وهكذا تصبح الحرية مرهونة لمزاج الناشر ومصالح الرقابة الخفية ،ومع ذلك يتحدث الغرب ويتفاخر أمام العالم بحرية صحافته وإعلامه.

والحديث عن ممارسة الحرية في العالم الغربي تقودنا إلى التطرق إلى واقع الإعلام في العالم العربي وتقييمه لا تختلف من بلد لآخر بقدر تتطابق المآزق والصعوبات التي تواجه الصحافة في هذه البلدان ومعظمها في رأي الباحث إنعكاس لمآزق عامة في المجتمع. وبعضها خاص بطبيعة تلك المهنة وظروفها. بالإضافة إلى الهم الإقتصادي الذي يعصف بفئات عديدة في المجتمع عاماً بعد عام.

وفي ظل هذا الحال تتراجع عمليات التنمية الإنسانية والفكرية ويضعف إهتمام المواطن بالأمور العامة وبالصحافة(١)

ويضيف صلاح الدين حافظ قائلاً :ـ أن هناك ما يعرف بأزمة الشرعية التي أصابت معظم الأنظمة العربية، وقد إزدادت الأزمة السياسية في السنوات الاخيرة مع بروزموجات الإرهاب والعنف بإسم الدين .والحاجةإلى فرض قوانين جديدة لمكافحة ظاهرة الإرهاب وهذه القوانين في رأي حافظ تحد من حقوق وحرية المواطن العادي.(٢)

ومع تسليمنا بوجاهة الآراءالسابقة إلا أننا نجد أن الإعلام متهم من الجماهير ومن رموز السلطة وأجهزتها الأمنية ومن المعارضة أيضاً.

---

(١) صلاح حافظ :تزييف الوعى ،مصدرسابق،ص٣٥٥

(٢) نفس المصدر ،ص٣٥٦

فالمعارضـون يتهمـون الإعـلام بأنـه عميـل للسـلطات وينفـذ أوامرهـا ويعمـل منهجها ويتبنـى مواقفها وأفكارها لتشويه خصوم السلطة ،وهنـاك ما يعرف بظـاهرة المظاريف الممتلئة، أي شراء الذمم.

أمـا رجـال السلطة والحكومـة أو المتعـاطفون مـع الحكومـات يتهمـون الإعـلام صراحة بأنه يدعو إلى العنف ويحرض ضد السلطة ويهيج الناس ويستثيرهم بما ينشر من أخبار وتحقيقات وموضوعات تتعلق بقضايا الحريات وحقوق الانسان والفقر والدخل الإقتصادي والعدل الإجتماعي والتصنيع الوطني.

وقد يرى فريق آخر أن الإعلام وقع بين شقي الرحى وانه ضحية لكل من الحكومة ممثلة في أجهزتها الأمنية، والمعارضة وبين السلطة والجمهور وكل منها أساء الفهم والتقدير.

ومـع هـذا التعقيـد فـي العلاقـة بـين الإعـلام والسـلطة ممثلـة فـي أجهزتهـا الأمنية،يبرز سؤال مهم هل الإعلام برئ على طول الخط وبلا سلبيات ؟

بقدر سهولة إطلاق الإستفهام إلا أن الإجابة في رأي الباحث قد لا تكون سهلة ، ولكن ما يجعلنا نقترب من إيجاد الإجابة الواقعية هو القول بأن الصحفيين والإعلاميين يتحملون قدراً من المسئولية حيث يتم التساهل كثيراً في عددٍ من التقاليد المهنية والتعجل في نشر الأخبار وقضايا لم يتم التثبت منها ويندفع الإعلام كله وراء الإثارة المتعجلة تارة أو الخضوع للإبتزاز تارة أخرى.

ومـن أمثلـة الإثـارة المتعجلة ـ المانشيت الرئيسـي لصـحيفة الأزمنـة السـودانية في العام ٢٠٠٤م، التي أبرزت نتيجة تحقيق صحفي عن الوضع الاقتصادي في البنوك السودانيةووضعته عنوان رئيسى كأنه خبر عاجل أوقضية آنية وكان العنوان كالآتي " كارثة اقتصادية بالسودان" مما يوحي إلى المتلقي بأن هناك كارثة فعلاً قـد حصـلت ويثيـر الهلـع والفـزع ويعطـي إ شـارات سـالبة للمسـتثمر الأجنبـي ولصناديق الدعم والقروض الأجنبية.

وفـي هـذا الجـو تسـقط قضـايا عديـدة تسـتحق الإهتمـام والتركيـز مـن كافـة وسائل الاعلام ، مثل القضايا التنمية والشاملة وقضايا الحريات والحقوق الأساسية

للمواطن وقضية الجنوب والمشاكل الإنسانية في دارفور وقضايا الهوية ورتق النسيج الإجتماعي في البلاد.

وفي إطار البحث عن علاقة الإعلام بالشرطة وتأثير كل منهما على الآخر يرى الباحث ضرورة درا سة مجالات التأثير المختلفة لوسائل الإعلام كما حددها الخبراء في هذا المجال، وفي ذلك يقول الدكتور حمزة حسين العفر[١]:. (أن المجتمع البشري يخضع في ثباته وتغيره لعوامل عدة لكل منها دوره في التأثير سلباً أو إيجاباً ،ومن أهم تلك العوامل "الاعلام" لأنه الجهاز الذي يعرض على الناس الأخبار والأفكار مما يساعد على تكوين إتجاهات معينة كما إنه يقوم بتأكيد بعض الحقائق والمفاهيم أو نقضها.)

وقد أوضح العالم الأمريكي(DAN PEMBER) تأثير وسائل الإعلام في العناصر التالية: [٢]

١/ الأثر الإدراكي: وهو التأثير على تفكير الأفراد وعلى بعض القيم التي يعتنقونها.

٢/ الأثرعلى الشعور والعواطف: تستطيع وسائل الإعلام أن تزرع الثقة والثبات في المتلقي أو تزعزعها.

٣/ التأثير على السلوك وذلك بالتقليد والمحاكاة.

ومن الأثار الإيجابية للإعلام في المجتمع [٣] :.

١/ ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وذلك بشرح هذه القيم للمجتمع وافراده وتعريف غيرهم من ابناء الامم الاخرى بهذه القيم.

٢/ الارتقاء بالفكر وتهذيب السلوك وذلك بالتأكيد على الاشياء الحسنة والتنفير من الاشياء الضارة.

---

[١] حمزة حسين العفر :المسؤلية الأمنية للمرافق الإعلامية فى الدول العربية "الرياض،جامعة نايف"ص٣٢٣

[٢] Dan Pember: Mass Media In Amerca ,P65 ,1960 :مترجم

[٣] حمزة حسين العفر :المسؤلية الأمنية،مصدرسابق،ص٢١٤

٣/ بناء الراي العام في المجتمع والمحافظة عليه وذلك بالحرص على إعطاء المعلومات الصحيحة والموثقة سواء فيما ينشرأويذاع أويعلن ،حتى يستطيع الأفراد معرفة ما يجري حولهم ويستطيعوا مشاركة غيرهم في الأمور النافعة.

***ومن الآثار السلبية للإعلام في المجتمع:** [١]

١/ زعزعة قيم المجتمع ومعتقداته.

٢/ تضليل الناس وصرف اهتمامهم عن قضاياهم الاساسية.

٣/ تسهيل ارتكاب الجريمة وذلك بعرض العنف والجرائم بشتى صورها وأنواعها وعن طريق التكرار تتولد الرغبة في المحاكاة فيحدث ما لا يحمد عقباه.

وحتى يمكن مساهمة الأجهزة الاعلامية بقسط وافر في أمن المجتمع، وحتى يمكن تلافي سلبياتها إقترح العديد من الخبراء بعض الملاحظات التي يمكن لها المساهمة فى ذلك، ومنها:.[٢]

أ/القضاء على التناقض بين القيم وبين ماتعرضه أجهزة الإعلام ،وذلك بأن يكون الإعلام مؤكداً للقيم والمعتقدات فى المجتمع ..

ب/وجوب التكامل والتنسيق بين وسائل الإعلام وبين أجهزة الدولةحتى لايهدم بعضها ما يبنيه الآخر.

ج/العمل على تكوين وكالات ذات قدرةوكفاءةعاليةفى الحصول على الأخبارمن مصادرهاالأصلية.

د/العمل على إيجادبدائل مرتبطة بتراث الأمه وحضارتهاوعقيدتها وتقديمهابصورة واقعية وصادقةوبعيدةعن التشويه والدس . هذه الملاحظات تبين أن التعاون الوثيق بين أجهزة الأمن وأجهزةالإعلام أمرضرورى وطبيعى ،وكلاهمايهدف إلى توفير مجتمع يسوده القانون والنظام،وإن كان لكلٍ منهما إسلوبه فى إقناع الناس ،وطالماأن الأهداف مشتركةفإن تحالف الإعلام والشرطة أمرضرورى لحمايةالمجتمع وسلامته. وقدإهتم العاملون فى مجالى الإعلام والشرطة بوضع أسس وإعتبارات ضروريةيجب

---

[١] حمزة حسين :المسؤلية الأمنية ،مصدرسابق ،ص٤١٨

[٢] نفس المصدر ،ص٣٦٢

مراعاتهالإقامــةتحالف أوعلاقةوديــةبين أجهــزةالأمن وأجهــزة الإعــلام، ومــن هــذه الاعتبارات:[1]

١/يجـب أن تنمـى أجهـزة مؤسسـة الشـرطة الثقـة بينهـا وبـين الإعـلام مـن خـلال المعلومات التى تقدمها .

٢/يجـب أن تكـون المعلومـات صـادقة ومؤسسـة علـى الحقـائق الثابتـة ومـن واقـع البيانات الرسمية.

٣/توفير السبل والوسائل التى تمكن وسائل الإعلام من الإتصال الفورى بالمؤسسات الشرطية فى كل الأوقات والمناسبات.

٤/إلتــزام أجهــزة الشــرطة بالحيــدة مــع كافــة وســائل الإعــلام ومنــدوبيها.

٥/يجب أن تنأى المؤسسات الشرطية ما إستطاعت عن قول"لاتعليق" لأن مثل هذا التصريح يجمد جهود وسائل الإعلام .

٦/الحرص علىالردعلى إستفسارات المعلقين والمحررين والمراسلين أول بأول .

ويقول الأستاذ محسن حمدى :.(أن لدى مؤسسات الشرطة ما يدفعها إلى العمل الجاد والدؤوب لكسب الإعلام لضمان تسهيل الرأي العام ومن هذه الدوافع والأسباب في رأيه:-

١/ رواسـب الماضـي التـي اورثـت الاجهـزة الشـرطية ميراثـا ثقـيلا مـن نفـور النـاس وعدم تعـاونهم معهـا. لأن بعـض أجهـزة الامـن فـي بعـض الـدول تسـتخدم كوسـيلة للحكام في فرض سلطاتهم وحماية نفوذهم وتقييد الحريات.

٢/ يتميز عمل الشرطة بطبيعتـه فـي تنفيذ القانون علـى النـاس واقرار النظـام وتهيئـة السكينة العامـة ، بشـيء مـن وضـع القيـود والنظم ممـا يحمـل النـاس إلـى النظـر اليهـا كسلطة تتدخل في حرياتهم وتحد من سلوكهم وتصرفاتهم دون التعمق في جوهر هذا الدور، وادراك الناس أن الامن انما يفعل ذلك لصالح الفرد والمجتمع على السواء.

تعارض فلسفة بعض رجال الشرطة وبعض رجال الإعلام من الجرائم:.

---

[1] عبدالمحسن بدوى:مستقبل الإعلام الشرطى فىالسودان "الخرطوم ،جامعة الرباط الوطنى،٢٠٠٣م "ص٢٨

لعل ما يزيد من المعرفة في إطار البحث عن العلاقة بين الإعلام والشرطة وتأثير كل منهما على الآخر ،أن نعرف شكل التعارض في نظرة كل طرف بالنسبة للجريمة.فأنباء الجريمة تأتي في مقدمة الموضوعات التي يتهم الجمهور بقراءتها ومتابعتها.

هذه الحقيقة تحمل رجال الإعلام على منح أنباء الجريمة كل إهتمامهم ومحاولة تقصيها بشتى الوسائل والسبل بهدف تحقيق السبق الصحفي والإعلامى.

هذا الإجراء السائد في من قبل وسائل الاعلام كثيراً ما يضع رجال الشرطة في مأزق وحرج شديدين وذلك بسبب إختلاف فلسفة كل من رجال الشرطة وفلسفة رجال الإعلام والصحفيين في النظر إلى أنباء الجريمة وتداولها. فرجل الإعلام تعلم بحكم مهنته أن كل خبر هام ومثير يجب أن ينشر دون تأخير. وأن يقتنص كل فرصة ممكنة لتحقيق السبق الصحفي، أما رجل الشرطة ففلسفته تختلف فهو يرى أن الأخبار الخاصة بالجريمة يجب أن لاتنشرمالم تكن هنالك فائده محققة من وراء النشر . إن إختلاف فلسفة كل من رجال الشرطة ورجال الصحافة فى النظر إلى أنباء الجريمةوأ سلوب معالجتها إعلاميا قد أدى في كثير من الاحيان إلى الصراع بينهما كما أدى في بعض الاحيان إلى الاساءة إلى سير التحقيقات الجارية في قضية العدالة ذاتها[١]وللخروج من هذا التناقض في فلسفة كل طرف عن الجريمة وأخبارها فقد حدد بعض الخبراء أهدافاً أ ساسية يؤديها الإعلام في المجال الشرطى والجنائي، ومن هذه الأهداف: [٢]

١/ ترسيخ أمن المجتمع وقيمه وذلك بتبني خطة منهجية واضحة تستند إلى ركائز فكرية .

٢/ التصدي لمشكلات الغزو الثقافي والأفكار الهدامة التي تهدف إلى التأثير على قيم المجتمع.

٣/ تغطية الأخبار الأمنية التي تحتاج إلى تعامل خاص يتلائم مع طبيعة هذه الأحداث وخصوصيتها.

---

[١] عبدالمحسن بدوى : مستقبل الإعلام الأمنى،مصدر سابق،٩

[٢] حمزة حسين:المسؤ لية الأمنية،مصدرسابق،ص٣٦٤

٤/زيادة الوعي الأمني للمواطنين.

وقد تم تعريف الوعي الأمني بانه (وعي المواطن بحقوقه) وواجباته القانونية مما يساعد في دعم برامج الجهات الشرطية للتصدي للجريمة بأنواعها المختلفة، من خلال عمليات الوقاية ومنع الجريمة[١].

ويضيف الدكتور عبد المحسن بدوي بأن (الوعي الأمني هو عملية مركبة تتضمن معرفة الحقائق وإدراك المصالح المادية والثقافية وغيرها، وعلاقة كل هذه المصالح بالواقع الإجتماعي والسياسي والثقافي السائد مع تجنب المصالح الذاتية والإنحياز إلى مصلحة المجتمع[٢]

وفي عصر العولمة والتطور التكنولوجي ظهرت تحديات كثيرة للإعلام بالنسبة للتعامل مع القضايا الشرطية والجنائية على المستوى المحلي أو النطاق الدولي. ودور الإعلام في دعم الأمن الدولي يتمثل في قدرة الإعلام على توضيح الحقيقة وكشف الزيف ورفع الملابسات لمناصرة الحق في المحافل الدولية وتعبئة الرأي العالمي للوقوف إلى جانب العدل. وإن الأمن الوطني ليس أمن الدولة فقط بل أمن كل المواطنين ،وإن من حقهم أن يناقشوا خطط وترتيبات الشرطة في المجالس السياسية أو المجالس المتخصصة ،وخطط وسائل الإعلام المختلفة ولا يجوز التستر وراء السرية للحيلولة دون ذلك ، إلا في ظروف خاصة تقتضي هذه السرية بحيث تبنى ترتيبات الأمن الداخلي على قاعدة صحيحة[٣]

ويتطلب التحدي الأساسي للإعلام إزاء القضايا الجنائية عدم إخفاء المعلومات والإلتزام بالحقائق الموضوعية المجردة وإحترام القانون وأحكام القضاء وتطوير وتجويد البرامج في كافة مجالات التوعية الأمنية، وذلك بالتنسيق والتعاون مع كافة الإعلاميين العاملين في الأجهزة الإعلامية الخاصة والحكومية لبلورة برنامج إعلامي يلتف حوله الجميع، ويؤدي مهامه في مجال توعية أفراد المجتمع كافة[١]

---

[١] عبدالمحسن بدوى:مستقبل الإعلام الأمنى ،مصدرسابق،ص٨

[٢] نفس المصدر ،ص٩

[٣] حمزة حسين العفر: المسؤلية الأمنية ،مصدرسابق،ص٢٠٥

[١] عبدالمحسن بدوى :مستقبل الإعلام الأمنى ،مصدر سابق،ص٩

ويرى عبد المحسن بدوي: أن المحرك الرئيسي لبرامج التوعية الأمنية في عصر العولمة هو الإلتزام والصدق والوضوح والشفافية لأنه في هذا العصر يصعب إخفاء المعلومات أو التحكم في نشر وإذاعة الأخبار والمعلومات ولذلك ظهرت تحديات أمنية مصاحبة لوسائل الإتصال الحديثة . ومن هذه التحديات ما يعرف بظاهرة الإجرام على شبكة الإنترت.ويقول الدكتور فايز عبد الله الشهري :." إن الحقيقة الواضحة والثابتة تقول أن وسائل الإعلام لم تخترع الجريمة بل كانت كغيرها ضحية لها في معظم الأحوال، وعرضة لسوء الإستغلال من قبل المنحرفين عبر التاريخ(٢)

ويضيف بالقول أن الجريمة ذاتها هي الجريمة في قديم التاريخ وحديثه لا يختلف على بشاعتها وخطرها على المجتمع الانساني أحد ، لذلك أُتفق على مواجتها ومن أجلها أقيمت المحاكم ُوسنت العقوبات.

وفي عصر التقنية وثورة الإتصالات الحديثة تعقدت الجريمة وتنوعت أ ساليبها مستفيدة من التطور التقني في كافة مناحي الحياة ،وخاصة بعد إنتشار الحسابات الشخصية وتطبيقاتها بشكل جماهيري في مختلف أرجاء العالم. وأهم ما يميز شبكة الإنترنت برأي الخبراء ما يلي (٣)

1/إ نها مكنت من خلال تطبيقاتها وسائل الإتصال الجماهيري من الظهور من خلالها.

٢/ إنها سوق تجاري.

٣/ إنها مكتبة عالمية.

٤/ إنها مجتمع اتصالي مفتوح العضوية.

٥/ إنها ناد للباحثين والعلماء

(٢) نفس المصدر،٩

(٣) نفس المصد،ص١٣٣

وهذه الميزة الأخيرة يمكن أن تعد بطاقة دعوة مفتوحة لأصحاب النشاط الإجرامي لممارسة الجريمة بطول العالم وعرضه، ومن هنا ظهرت التأثيرات الإجتماعية للحسابات في حياتنا [1]

أما في الجانب الإتصالي فقد رصد الخبراء أهم الخصائص والمميزات التي تتسم بها شبكة الإنترنت، وهي كالآتي: [2]

١/التفاعلية Interctivity

وهي قدرة شبكة الإنترنت عبر خدماتها التفاعلية على تقديم العديد من الأساليب التي تسمح بتبادل الإتصال بين مشرفي المواقع وزوارها، وبين الزوار وبعضهم البعض.

٢/ الآنية: (الفورية) والتحديث: Updating Currency

وهذه الميزة تعني القدرة على تقديم المعلومة وتحديثها بشكل فوري.

٣/ الوسائل المتعددة: جمعت شبكة الإنترنت عبر تطبيقاتها المختلفة إلى جانب النص والصورة الثابتة إمكانية سماع ومشاهدة اللقطات الحية بشكل إندمحت فيه هذه التقنيات بشكل مذهل يتم تقديمها عبر موقع واحد.

٤/ تعدد القنوات Multi channels'

٥/ النصوص الفائقة hypertex ts

٦/ التحكم control

إذاً مع هذه الخصائص الرائعة التي تتسم بها شبكة الإنترنت ما هي التحديات الأمنية المصاحبة لشبكة الانترنت؟.

رصد الخبراء في الإتصال والمشتغلين بالمجال الأمني عدة تحديات أمنية واكبت شبكة الأنترنت منذ إنطلاقتها الأولى ،وهذه التجاوزات كما يقول الدكتور/ فايز عبد الله تتجاوز في مجملها الوظائف التقليدية لمفهوم الأمن إلى تحدي أدوار المؤسسات الإجتماعية الأخرى التي تقوم بمهام أمنية كبيرة ضمن مفهوم أرحب

---

[1] ريتشارد روسينبيرج:التأثير الإجتماعى للحاسبات "الرياض،ترجمة دار المريخ،٢٠٠٠م" ص٣٥

[2] نفس المصدر،٣٧

ومنظومة متكاملة لمفهوم الأمن الشامل الذي يشمل كافة النشاطات التي تسهم مجتمعة في تحقيق الأمن في صورته المتكاملة للجميع[١]

ومن أبرز هذه التحديات ما يلي:.

أولاً : تحدي الأمن الوطني: من مميزات شبكة الإنترنت أنها عابرة للحدود الجغرافية والثقافية والسياسية وحتى الدينية ،والتحدي هنا عن طريق هذه الوسيلة يمكن تزايد إحتمالات الإختراق للأمن الوطني ، مثل التجسس \المعلوماتي، والأقتصادي وتهديد مقومات الأمن الوطني عن طريق بث الشائعات والأخبار الكاذبة لإحداث البلبلة بين أفراد المجتمع.

ثانياً:تحدى الأمن الثقافي والفكري: ويتم عبر هجمات ثقافية من أجل زعزعة الأمن الفكري والعقدي للشعوب المغلوبة على أمرها، وتنشر عبرها القوى الغالبة فكرها ولغتها وقيمها، وهو ما يعرف بالغزوالفكري والإستلاب الثقافي.

ثالثاً: التحدي الأمني والجنائي: وذلك بظهور عصر الجريمة الذكية غير العنيفة ،وتنامي توظيف التقنية خاصة في ما يختص بجرائم الأموال وأدى هذا النشاط الضخم في جلب تحديات أمنية جديدة تتطلب من أجهزة الشرطة الإستعداد والتخطيط والمواجهة، لأن الجريمة عبر شبكة الإنترنت تتميز بسهولة إرتكابها ،وسهولة إخفاء معالم الجريمة ، مع الصعوبة في تتبع مرتكبيها بالإضافة إلى الحرفية العالية التي تتطلبها عملية إرتكابها أو مقاومتها وهناك عنصر البعد الزمني ، أي اختلاف المواقيت بين الدول، وهذا يشتت جهود التحري والتنسيق الدولي لتعقب مثل هذه الجرائم .

بالرغم من تعقد الجريمة عبر الإنترنت وصعوبة ملاحقة مرتكبيها وعدم فعالية برامج مكافحتها ، إلا أن بعض الخبراء في المجال الشرطي والجنائي وخبراء المعلوماتية والإتصال رأوا أن هناك بعض التوصيات التي يمكن أن تسهم في التقليل من الآثار السلبية الكبيرة لكثير من التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الإتصال الجديدة. ومن هذه التوصيات ما يلي : [٢]

---

[١] فايز عبدالله الشهرى:المجلة العربية للدراسات الأمنية"العدد٣٩ "الرياض،١٤٢٦هـ. ٢٠٠٥م"ص١٧٧

[٢] نفس المصدر ،ص١٧٨

١/ إنشاء معاهد متخصصة في التدريب على التحقيق في الجرائم التقنية المعاصرة

٢/ إدراج جرائم التقنية في التشريعات الوطنية المختلفة.

٣/ مساعدة شركات التقنية في إتخاذ إجراءات أمنية مناسبة سواء من حيث سلامة المنشآت أو ما يختص بقواعد حماية الأجهزة والبرامج.

٤/ وضع إجراءات إدارية وفنية واضحة فيما يختص بأمن المعلومات والحرص على أن يطلع عليها العاملون في الإدارة المعنية فقط.

وفي إطار التشريعات الوطنية التي تحد من جرائم المعلوماتية فقد أصدر السودان قانوناً تحت إ سم (قانون مكافحة جرائم المعلوماتية لسنة ٢٠٠٦م) به سبعة فصول وهي كالآتي: [!]

الفصل الأول: أحكام تمهيدية (إ سم القانون وبدء العمل به)

الفصل الثاني: جرائم المعلوماتية دخول المواقع والأنظمة المعلوماتية الشخصية.

الفصل الثالث: الجرائم الواقعة على الأموال والبيانات والإتصالات والتهديد والإبتزاز

الفصل الرابع: جرائم النظام العام والآداب والجرائم الفكرية.

الفصل الخامس: جرائم الإرهاب والمعلومات الأمنية والملكية الفكرية وإنشاء أو نشر المواقع للجماعات الإرهابية.

الفصل السادس: جرائم الإتجار في الجنس البشري والمخدرات والأموال القذرة

الفصل السابع:. أحكام عامة: التحريض أو الإتفاق

وتراوحت العقوبة من السجن إلى الغرامة أو العقوبتين معاً بالإضافة لإبعاد الأجنبي الذي ضبط مرتكباً أحدى هذه الجرائم.

[!] صحيفة السوداني:العدد"٢٢٢"بتاريخ ٢٠٠٦/٦/١٨م.

التوظيف الإعلامي للمعلومات الشرطية:-

التحديات والمهددات لوسائل الإعلام أو بعض برامجها ، لا تمنع وجود بعض أوجه التنسيق للجهود بين الطرفين في ميدان عمل واحد سواء كان ذلك برضاء الطرفين وعلمهما أو بعلم أحدهما[١]

والمهم في هذه الدراسة في إطار البحث عن العلاقة بين الإعلام والشرطة هو ما يعرف بالتوظيف الإعلامي للمعلومات الجنائية،وطريقة هذا التوظيف ومحاذيره بالإضافة إلى معوقاته. فقد تبدو العلاقة بين أجهزة الإعلام وأجهزة الشرطة للوهلة الأولى وكأنها علاقة تضاد وربما كان السبب في ذلك ما قد يتسرب إلى الذهن من إنطباع إبتدائى ترتبط فيه أجهزة الشرطة بالسلطة والقهر وترتبط أجهزة الإعلام بالحرية . غير أن الحقيقة كما يقول العبيد أحمد مروح ، هي خلاف ذلك تماما ، فضلا عن أن مجال العمل بالنسبة للطرفين واحد، وهومجال المعلومات.

يلتقي العاملون في مجال الشرطة مع العاملين في الإعلام في عمل واحد وهو البحث عن المعلومات وجمعها ولكنهم يختلفون بدرجة كبيرة في الغرض الذي يجمعون من أجله هذه المعلومات، وفي طريقة توظيفها، ففي أجهزة الشرطة تعتبر عملية التعامل مع المعلومات إبتداءاً من التخطيط لجمعها وحتى مرحلة الحفظ والتوظيف عملية سرية، والسبب في ذلك أن أجهزة الشرطة تحرص أكثر ما يكون على مصادرها المعلوماتية وأحايناً على الوسائل المستخدمة في جمع المعلومات . في حين أن عملية جمع المعلومات لدى الإعلاميين هي عملية مكشوفة و تكاد تكون الأغراض وطريقة التوظيف مكشوفة.

على الرغم من إختلاف الغرض المحدد من جمع المعلومات لدى الطرفين إلا أن الغرض الكلي لدى رجال الشرطة ورجال الإعلام يكاد يكون واحد، وهو ما يمكن تلخيصه في خدمة صانع القرار السياسي أو التأثير على قراره[٢]

---

[١] العبيد أحمد:التوظيف الإعلامى للمعلومات الأمنية "الخرطوم، مجلس الصحافة،دراسة غير منشورة "ص٣٥

[٢] نفس المصدر ،٣٧

ويؤكد كثير من العاملين في الحقل الإعلامي، أن أجهزة الشرطة بوجه عام تعتبراحدى مصادر الأخبار الخاصة التى يقصدها الإعلاميون للتحقق من بعض المعلومات أحياناً ولمعرفة الجديد أحياناً أخرى. ولا تكاد تخلو مؤسسة إعلامية ناجحة في أي مكان من صلة ما بأجهزة الشرطة ذلك لأن القدرة على جمع المعلومات في الغالب الأعم هي أكبر منها عند أجهزة الاعلام.وسواء بمثل هذا المدخل المهني عند الإعلاميين أو بخلافه تنشط أجهزة الشرطة في تجنيد عناصر عاملة في الإعلام وتوظيفها لجمع المعلومات أحيانا بإعتبار أن المدخل الإعلامي لطلب المعلومات كما يقول العبيد مروح ، قد لا يثير الإنتباه لدى الجهات التي لديها تلك المعلومات ،خلافاً للمدخل الإستخباري الذي يثير التوجس والريبة لأول وهلة.ولكن هل تصلح كل معلومات الشرطة للتوظيف الاعلامي؟:. للإجابة على هذا التساؤل بدايةً نجد أن التوظيف الإعلامي لا يشكل أولوية ضمن الأهداف التي تجمع أجهزة الشرطة والمباحث من أجلها المعلومات ،وهي ليست وظيفة أ ساسية لأجهزة الشرطة والأمن كما تعرفنا عليها في مكان سابق من هذه الدراسة . فأجهزة الشرطة تجمع المعلومات لخدمة صنع القرار السياسي والعسكري، سواءً فيما يتصل بجلب المصالح أو درء مفاسد وهنالك تدفق يومي للمعلومات من مصادرها المختلفة على أجهزة الشرطة وكثيراً ما تكون القضايا محل اهتمام المخابرات ليست في دائرة الضوء بحيث تشكل إهتمام أجهزة الإعلام أيضاً ، ولهذا فإن معلومات الشرطة التي يتم نشرها إما أن تكون حول قضية واقعة في مجال الإهتمام الإعلامي ، أو حول قضية تريد أجهزة الشرطة أن تسلط عليها أضواء الإعلام.

ولم يعد هنالك إختلاف في عالم اليوم حول أهمية بل خطورة الدور الذي تقوم به أجهزة المخابرات وأجهزة الإعلام في صناعة أجندة السياسة وأولوياتها وتوجيه الرأي العام نحو الوجهة التي تريدها الأنظمة التي تعمل تحت مظلتها تلك الأجهزة.

ففي مجال الإعلام ذهب الباحثون إلى وصف الصحافة بأنها السلطة الرابعة وقد أثبتت وسائل الإعلام والصحافة في كثير من الأحيان قدرتها على التأثير

على قرارات السلطات الثلاث بل إرتبط مصير هذه السلطات أحاينا بموقف الإعلام منها أو دورها في مساندتها.

وفى فصل سابق من هذه الدرا سة تم التطرق لأنظمة الإتصال ونظرياته وكيف فطنت الأنظمة على مر العصوروالحقب وعلى إختلاف توجهاتها لهذه الأهمية ، فأولت عنايتها للإعلام وعناصره وأخذت هذه العناية أ شكالاً مختلفة، منها محاولات محاصرة نفوذه، ومنها محاولات توظيفه توظيفا كاملا لمصلحة برنامجها السياسي ،وعدم إعطاء فرصة لإبراز رأى مخالف، ومنها محاولات مجاراته وترويضه. ومع ظهورعصر إنفجار المعلومات وتطور وسائل الإتصال أضحى من العسير السيطرة عل وسائل الإعلام من قبل الأنظمة بمعنى توجيهها وجهة واحدة ، ونشأت جراء ذلك الحاجة إلى إ ستبدال أ ساليب السيطرة القديمة المتعمدة على وسيلة السلطة المباشرة ، بأساليب الترغيب والترهيب غير المباشرة وأ ساليب ووسائل أخرى لتصبح أدوات الإتصال نفسها إحدى الأدوات الخفية لصناعة الرأ ي العام الذي يخدم أهداف السلطة المعينة. العبيد أحمدتطور وسائل الإتصال الحديثة أدى في المقابل إلى تطور أجهزة الشرطة أيضاً ، وتوسعت دوائر إهتمامها وإختصاصاتها ،ولم تعد وظيفتها وظيفة الأمن والحماية عن طريق القتال فقط وإنما إمتدت أدوارها وأثرها ليغطي مناحي الحياة كافة ،ومع تعاظم الدور والأثر والحاجة إلى جمع المعلومات وجد رجال الأمن والإعلاميون أنفسهم يعملون في ساحة واحدة ونشأت جراء هذا الوضع التنافس، كما أدى الإختلاف الظاهر لأغراض جمع المعلومات وللوظائف المطلوبة من أجهزة المخابرات ومن وسائل الإعلام إلى توالد إحتكاكات ومصادمات أحياناً.

ويؤكد كثير من الخبراء أنه ليس منتظراً أن ينتهي هذا التنافس والإحتكاك نظراً لتلازم المسارين ولتباين الأغراض في كثيرٍ من الأحيان ولكن قد يكون مفيداً لكل طرف من الطرفين تفهم طبيعة عمل الطرف الآخر ومراعاة قواعد اللعبة التي تحكم مساريهما[١]

---

[١] العبيدأحمد:التوظيف الإعلامى للمعلومات الأمنية،مصدرسابق،ص٤٣

المبحث الرابع

العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية

العلاقات العامة ضرورة من ضرورات هذا العصر الذي يتميز بالتغيرات السريعة والأحداث المتلاحقة ولم يعد من الممكن أن تترك الامور للصدف في ظل المواقف الإجتماعية المعقدة التي تحتاج إلي دراسة مستمرة وبحث دقيق.(١)

وقد إنعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات في شكل الإدارات المتخصصة في الهيئات والمنظمات التي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة ووظائفها ودخلت هذه المهنة مجالات تطبيقية عديدة في المجتمع المعاصر ، في الوزارات الحكومية والمؤسسات الإجماعية ، والمنظمات الدولية ، ووسائل الإعلام وغيرها.

وتنشئ وزارات الداخلية أو أجهزة الشرطة – في كافة بلدان العالم شرقه وغربه أجهزة للعلاقات العامة تضعها ضمن الهيكل التنظيمي لها ولفروعها وأقسامها المختلفة ، وهو إتجاه يؤكد إيمان هذه المؤسسات الشرطية بأهمية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة وفقاً للإتجاهات الحديثة في الإدارة.(٢)

ووزارة الداخلية السودانية كغيرها من الوزارات والمؤسسات الحكومية إهتمت إهتمام كبير بعمل العلاقات العامة وأنشأت الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية تتكون من الأتي :- (٣)

أولاً :- دائرة الإعلام:- وتحتوي علي :-

١/ المكتب الصحفي لوزير الداخلية.

٢/ غرفة النت.

٣/ مركز ساهرون للإنتاج الإعلامي.

ثانياً :- دائرة العلاقات العامة:- وتحتوي علي :-

١/الإدارة: وتختص بالتخطيط والإشراف وإدارة المناشط .

٢/ فرع الشكاوي والمقترحات.

---

(١) د. علي عجوة : الأسس العلمية للعلاقات العامة ، ط٢ " القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٨م ، ص٢٥٥

(٢) حمدي محمد شعبان : دور العلاقات العامة في تغيير الصورة الذهنية المنطبعة عن قطاع الشرطة في مصدر القاهرة : كلية الإعلام "١٩٨٦م ، ص١٠

(٣) مقابلة السيد/ مدير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية١١/٦/٢٠٠٧م

٣/ المراسم.

ثالثاً :- الإصدارات.

رابعاً :- دائرة البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

تفاصيل الإختصاصات والمهام الوظيفية

إختصاصات دائرة الإعلام :-

تعتبر دائرة الإعلام من الإدارات المهمة جداً بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية وتحظي بإهتمام كبير من رئاسة الشرطة وتحت الإشراف المباشر لقائد الشرطة ونائبة ، لذا من الأهمية الوقوف علي المهام والإختصاصات التي تؤديها دائرة الإعلام سواء كان في الإصدارات والنشر، والإنتاج البرامجي أو مراقبة ماينشر عن الشرطة وطرحه إلي قيادة الشرطة.

تختص دائرة الإعلام بكل المكاتبات والإصدارات الصحفية والتنسيق مع الصحف ووسائل الإعلام الإخري في تمليك المعلومات للجمهور والإدارات الشرطية المختلفة.

ووظيفة التنسيق التي تؤديها الإدارة مع أدارات الشرطة المختلفة تساعد في ربط الإدارات ببعضها البعض بالإضافة لتزويها بكل المستجدات علي ساحة العمل الشرطي والوقوف علي مشاكل إدارات الشرطة المختلفة مع المجتمع الخارجي وإخراج التصريحات الصحفية التي توضح موقف الإدارة المعنية في أي مشكلة تعلق مع المجتمع الخارجي.

بالإضافة لوظيفة التنسيق الداخلي التي تؤديها الإدارة فإن لها دور كبير مع المجتمع الخارجي بحيث تعمل الإدارة علي إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية والأفلام الوثائقية ، وعكس الأنشطة والبرامج التي تعدها إدارة العلاقات العامة عبر جهازي الإذاعة والتلفزيون.

إهتمت الإدارة كثيراً بعملية إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإنتاج الافلام الوثائقية عبر مركز ساهرون المتخصص، والذي ساهم في التعريف بالشرطة ودورها في المجتمع وأنشطتها التي تمارسها مما ساهم في رفع الوعي الأمني والشرطي لدي المواطن ، ودعم الثقة المتبادلة بين الطرفين.

وأيضاً تعمل دائرة الإعلام علي جلب المعلومات الامنية أو التي لها علاقة بالعلوم الشرطية والجنائية وكافة التطورات الحديثة في هذا المجال وغيرها الواردة عبر شبكة الإنترنت، وتعمل علي فحصها وتحليلها ورفع تصورات بخصوصها للإدارات المختصة للوقوف علي أخر المستجدات فيما يخص الإدارة المعنية وتخصصها المهني.

فمثلاً تعمل غرفة النت علي رصد التهديدات الأمنية المتمثلة في التفجيرات وتهديد المنشأت والطرق التي إتبعتها هذه المجموعات الإجرامية ، وعرض كل هذه الخطط والأفكار علي الإدارات المعنية للعمل علي تفادي الأخطاء والإستفادة من تجارب الدول الأخرى ، وهذه من المميزات الإجابية للشبكة العنكبوتية ولذلك عملت إدارة الشرطة علي الإستفادة من هذه الإيجابيات لتطوير عملها ولفائدة مجتمعها وحماية لمكتسباته وثرواته .

وقامت دائرة الإعلام برئاسة الشرطة بالتحكم الكلي في المعلومات الأمنية التي ترد عبر الصحف اليومية وإستخراج الإذن اللازم لتمليك المعلومة للمواطن ، وذلك عبر المكتب الصحفي برئاسة الشرطة . إلا أن هذا التحكم في المعلومة هو سلاح ذو حدين في رأي الباحث لأن عدم توفر المعلومة عن الحدث المعين في الوقت المناسب يجعل من السهولة لأي طرف أخر أن ينشر وجهة نظره في القضية مادامت المعلومات غير متوفرة عن هذا الأمر وبذلك يقع تحت طائلة القانون، أو يصبح المواطن نفسه ضحية للمعلومة المغلوطة مما يفتح الباب واسعاً للإشاعات وفبركة الأخبار.

أما من جانب أخر فإن هذا التحكم في المعلومة وإشتراط أخذ الإذن لنشرها يساعد في توفير المعلومه الصحيحة من مصادرها الرسمية ، مما يعطي المصداقية للخبر ويساعد في وعي المواطن في القضية المعنية وعدم الإلتفات لأي شائعة أو خبر مغلوط مادام لم يكن منسوب لإدارة الشرطة "أي مصدر غير معروف".

ولذلك سعت إدارة الشرطة لقيام المكتب الصحفي برئاسة الشرطة ويساعد هذا المركز في تمليك المعلومات للصحفيين بالإضافة لتنسيق اللقاءات الصحفية مع مدراء الإدارات المختلفة . بالصحافة ووسائل الإعلام المختلفة . فضلاً عن إقامة المؤتمرات الصحفية للسيد مدير عام الشرطة ونوابه بالإضافة للتصريحات الصحفية التي توضح موقف قيادة الشرطة في اي حدث يهم الشرطة أو تهم المواطن معرفته.

وقد عمل المكتب الصحفي علي تهيئة الجو المناسب للصحافيين والإعلاميين عموماً لمقابلة مدير المكتب وذلك بتسهيل عملية الدخول للمكتب في أي وقت وبدون مواعيد مسبقة ، فيكفي فقط أن تعرض بطاقتك الصحفية بالإستقبال ليسمح لك بالدخول لمقابلة مدير المكتب أو أيا من مساعديه والإستفسار عن أي حدث يخص الشرطة أو لمعرفة موقف قيادة الشرطة عن الاحداث الجارية.

هذه المرونة التي يمارسها المكتب الصحفي مع الإعلاميين ساهمت في بناء الثقة بين الصحافة والشرطة بالإضافة إلي ثقة وسائل الإعلام في دقة وصحة المعلومات التي يحصلونها عليها عبر المكتب الصحفي لرئاسة الشرطة السودانية.

وكذلك يلعب مركز ساهرون دوراً إجتماعياً وثقافياً كبيراً وسط القاعدة الشرطية والجمهور العام وذلك من خلال إنتاج وتصنيع وتوزيع كل المتعلقات الإعلامية من برامج وإعلانات ولوحات ومطبوعات . بالإضافة إلي المشاركة في إحتفالات الإدرارت الشرطية المختلفة في أعيادها ومناسباتها أو تدشينها لأي برنامج أو نشاط شرطي جديد.

ولعل هذا التفاعل الكبير من مركز ساهرون هو مايساهم في تعريف المجتمع الخارجي بالأنشطة التي تقوم بها الشرطة والتوثيق لمناسبات الشرطة المهمة وإنجازاتها الكبيرة وعرض الجوانب المشرقة في الأداء الشرطي وهو مايخلق الصورة الحسنة عن الشرطة ويجعلها قريبة من مجتمعها ، مما ينعكس علي أداء أفرادها وتنفيذهم لمهاهم الأمنية والخدمية المقدمة للمجتمع.

الإصدارات الشرطية:-

١/مجلة الشرطة الشهرية:

وهي تصدر عن المكتب الصحفي برئاسة الشرطة، وتهتم بإبراز أنشطة الشرطة ومساهماتها المجتمعية بالإضافة لتعريف المجتمع بالقضايا التي تهم الشرطة ويرغب في مساهمة المجتمع بالمساعدة في إنجازها .

بالإضافة لإهتمامها بنشر الموضوعات التي تساهم في نشر الوعي الأمني والجنائي لدي المواطن وتعريفه بالمهددات الأمنية والجنائية ، وإرشاده لطرق التعاون مع وحدات الشرطة المختلفة تطبيقاً لمبدأ "الامن مسؤلية الجميع".

وأيضاً تساهم مجلة الشرطة من خلال موضوعاتها التي تطرحها في تعريف المواطن بحقوقه القانونية وكيفية المطالبة بها وخلق الثقة في نفسه وتطمينه بأنه متي ماطلب الخدمة الأمنية والحماية من الشرطة سيجدها سريعاً لأن ذلك حق من حقوقه كفلها له الدستور وشرحها القانون .

وهذا يساهم في إزالة أي صورة مسبقة يضعها المواطن عن الشرطة ، وردم أي هوة نفسية يمكن أن تكون موجودة لدي المواطن من خلال مشاهدته لبعض الممارسات لبعض أفراد الشرطة ، أو ما يحكي له عن ممارسات تجعله ينفر من التعاون مع الشرطة .

٢/الكتيبات :-

وتحتوي هذه الإصدارات علي شرح الخطط والمهام لإدارات الشرطة المتخصصة ونوعية الخدمات التي تقدمها للجمهور وكيفية الحصول عليها ومن هذه الإدارات : إدارة شرطة المرور، إدارة الجوازات والهجرة والجنسية ، بالإضافة لخدمات الجمارك.

كذلك تسهم الكتيبات في التعريف بإنجازات الشرطة عبر إداراتها المختلفة ، بصورة موثقة ودقيقة ، تجعل معرفة المواطن بالشرطه أكبر وتعاونه معها أفضل.

تهتم كتيبات الشرطة وإصداراتها بالتوثيق لأعياد الشرطة وإحتفالاتها السنوية سواء كانت المناسبة علي المستوي الوطني كعيد الشرطة السنوي أو علي المستوي الإقليمي كالعيد السنوي للشرطة العربية أو عيد المرور السنوي أو غيرها من الأعياد والإحتفالات.

٣- الملصقات:

تساهم الملصقات التي تعدها وتنشرها الإدارة العامة للإعلام و العلاقات العامة برئاسة الشرطة ، بإعلام المواطن بالخدمات التي تنوي إدارة الشرطة تقديمها أو تعريف المواطن بمواعيد أعياد الشرطة ومناسباتها المختلفة أو الإعلان عن الإنجازات المهمه في الجانب الخدمي المقدم من الشرطة للجمهور.

وتساهم كذلك الملصقات التي توضع في أماكن تقديم الخدمات الشرطية كمكاتب البلاغات أو مكاتب إستخراج الوثائق ، تساهم في تعريف المواطن بالطرق التي يجب عليه أن يتبعها للحصول علي الخدمة بشكل ميسر وسهل مما يحفظ عليه وقته وماله، وضمان جودة الخدمة المقدمة له.

٤- **المطبقات:-**

تلجأ إدارة الإعلام والعلاقات العامة وعبر مركز ساهرون للإنتاج الإعلامي إلي وضع المطبقات في المناسبات الشرطية المختلفة كأسابيع المرور وأعياد الجوازات وغيرها بالإضافة للمنتديات والورش التي تهتم بالعمل الشرطي والجنائي بالسودان.

وأيضاً تعمل المطبقات علي نشر الأفكار الشرطية الحديثة والتطورات في العمل الشرطي علي المستوي الإقليمي والدولي وشرح الإنجازات الشرطية وتوضيح معوقات العمل الشرطي وبذلك تسهم في الإستعداد والميل للتخطيط لأي نشاط شرطي مقدم للجمهورسواء أن كان خدمة أم عملاً أمنياً.

كل هذه الإصدارات الصحفية السابقة تصدر عبر المكتب الصحفي لرئاسة الشرطة السودانية وتحت الإشراف المباشر لمدير الإعلام والعلافات العامة برئاسة الشرطة السودانية.[١]

البرامج الإذاعية والتلفزيونية الشرطية:-

تعمل إدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية وعبر دائرة إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية بالتعاون مع مركز ساهرون للإنتاج الإعلامي والإذاعة القومية والتلفزيون القومي بالإضافة إلي إذاعات الـFM علي إنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية بصورة دورية تهتم بنشر القضايا الشرطية ورفع الوعي الأمني للمواطن، ومن هذه البرامج:

١/ برنامج الشرطة الإذاعي بعنوان "العين الثالثة" ويشرف عليه السيد/مدير المكتب الصحفي ،ويتم إعداده وتقديمة عبر الإذاعة القومية "أم درمان".

يتم إذاعة البرنامج بواقع حلقة أسبوعية ، أي (٤) حلقات في الشهر ، أي (٤٨) حلقة في السنة .

يتم إختيار موضوعات البرنامج بعناية فائقة تقدم التنوير ورفع الوعي والحس الأمني لدي المواطن فضلاً عن نشر نشاطات الشرطة الإجتماعية والرياضية ومساهماتها المختلفة في المجتمع كالمشاركة في درء الكوارث والفيضانات ، والإعلان لخدمات النجدة والعمليات وإنجازاتها في التأمين وحماية الوطن.[١]

---

[١] الدكتور/حسن التجانى :مديرالمكتب الصحفى برئاسة الشرطة السودانية.

[١] مقابلة مدير المكتب الصحفي.:مصدرسابق

٢/برنامج الشرطة الإذاعي براديو الرابعه (FM) وهو برنامج أسبوعي يقدم كل خميس في الأسبوع ويهتم أيضاً في التعريف بالشرطة ونشاطاتها.

مايميزه عن البرنامج السابق (العين الثالثه) أن هذا البرنامج يقدم عبر فترة مفتوحة تتيح الإتصال وتبادل الأراء مع المستمع وبذلك يكتسب البرنامج أسلوب تقييم فوري يستطيع القائمون علي أمره بتطوير فكرة البرنامج ومعرفة إتجاهات الجمهور وإهتماماتهم بالإضافة لمآخذهم عن الشرطة وأدائها.

٣/ فقرة صباحية يومية بالإذاعة السودانية بعنوان "أشارات ملونة" تهتم بنشر الوعي المروري ، وشرح أفضل السبل لتعاون المواطن مع شرطة المرور ، وتجنب المخالفات المرورية ، أو التعرض لحوادث السير.

البث اليومي لهذه الفقرة الصباحية تتيح للقائمين علي أمر الإعلام بالشرطة لتنزيل أفكارهم يومياً للمواطن عبر كبسولات إذاعية مختصرة وذات فائدة قصوي.

البث اليومي أيضاً يعطي فرصة لتسلسل الأفكار المطروحة: وأيضاً فرصة التعليق الفوري للأحداث المستجدة كالحوادث المرورية الخطيرة أو أي إحتكاكات بين المواطن ورجل المرور.

لذا تفكر إدارة الشرطة بصورة جادة في التصديق بإذاعة خاصة بالشرطة ، والخطوات جارية لإتمام هذا الأمر في القريب العاجل إن شاءالله.[٢]

٤/ برنامج الشرطة التلفزيوني "ساهرون" والذي يتم الإعداد له وتقديمه عبر التلفزيون القومي .

وساهم البرنامج كثيراً في التعريف بالشرطة وأنشطتها وتعريف المواطن بإدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة وماتقوم به من أنشطة إعلامية وأجتماعية سواء أن كان بمجتمع الشرطة الداخلي أو الجمهور العام.

يهتم البرنامج أيضاً للتوثيق لمناسبات الشرطة المهمة وأعيادها الكبيرة بالإضافة لعرض إنجازاتها في المجالين الخدمي والتأميني.

يعمل البرنامج أيضاً لنشر الإنتاج البرامجي لمركز ساهرون للإنتاج الإعلامي وأفلامه الوثائقية عن إنجازات الشرطة ومهامها المختلفة.[١]

---

[٢] د. عبد المحسن بدوي :مدير معهد الدراسات الإعلامية – جامعة الرباط الوطنى ، الخرطوم

[١] مدير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية:مصدرسابق

ساهم في إستمرار إنتاج هذه البرامج ونشرها بصورة دورية إهتمام القيادة العليا للشرطة بوظيفة الإعلام والإتصال ، ورغبتهم القوية في خلق صلات جيدة مع المواطن تخدم الأهداف العامة للمؤسسة وتجعلها تقدم خدماتها بصورة جيدة مع ضمان درجة رضا مقبولة من المواطن.

بجانب إهتمام القيادة العليا للشرطة وفهمها للدور الإعلامي ودور العلاقات العامة في تحسين صورة الشرطة لدي المواطن ، هنالك أيضاً جانب آخر من هذا الإهتمام وهو الدعم المادي الدوري لإنتاج هذه البرامج وتقديمها في الخطة السنوية للإدارة ومناقشتها بصورة مستفيضة والعمل علي إدراج الأهتمامات والإحتياجات الإتصالية لأدارات الشرطة المختلفة . والمرونة في التعامل والإستجابة للبرامج والإحتياجات الطارئة ، والتصديق بصورة فورية وبدرجة كافية لإنتاجها وتغطيتها.[٢]

إختصاصات دائرة العلاقات العامة:

إقتضي التخطيط الإداري لإدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية توزيع الإدارة بإسلوب التخطيط المهني المتخصص والمكمل لبعضه البعض.

تناولنا في إستعراضنا السابق لإختصاصات دائرة الإعلام بإدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة حيث إنحصرت وظائفها في الوظيفة الإتصالية بجانب وظيفة تنسيق الجهود الإعلامية وكافة الأنشطة الإتصالية التي تقوم بها إدارات الشرطة المختلفة، فضلاً عن تنسيق الجهود الإتصالية بين قيادة الشرطة وإداراتها المختلفة مع المجتمع الخارجي ومع الصحافة والإعلام بشكل عام.

سنتناول فيما يلي إختصاصات دائرة العلاقات العامة بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشطة السودانية حسب التقيم الإداري والهيكلي للدائرة، علي النحو التالي:

إختصاصات فرع الإدارة:-

فرع الإدارة بدائرة العلاقات العامة برئاسة الشرطة يضطلع بمهمة التخطيط والإشراف وتوزيع المهام فضلاً عن تنسيق الجهود ورفع التقارير والإنجازات لرئاسة الإدارة لتقويمها وإصدار الأوامر بشأنها .

---

[٢] مدير المكتب الصحفي.:مصدرسابق

ومن مهامه أيضاً التخطيط للإستفادة من الموارد المالية المتاحة وتوزيع الكادر البشري كل حسب تخصصه والإشراف علي توزيع المعينات الادارية والادوات المكتبية ومراقبة صناديق الشكاوي الموزعة علي أقسام الشرطة المختلفة وتفريغها ورفع مافيها من مكاتبات الي الجهات العليا ومتابعة الردود والتوجيهات بشانها[١]

مع التقييم المستمر لعمل الادارة ، تم استحداث فرع يختص بالشكاوي والاقتراحات ، وجاءت الحاجة لقيام هذا لفرع ليؤدي دوراً كبيراً في توطيد العلاقة بين قوات الشرطة والمواطن.

تركيب عدد(٤٠) اربعين صندوقاً للشكاوي كمرحلة اولي في كافة الادارات العامة والمتخصصة بالعاصمة . وجاء تصميم هذه الصناديق بصورة محكمة تضمن سرية المعلومات التي بها وخصوصية الرسائل والشكاوي التي بداخلها بحيث لا تطلع عليها أي جهة غير الأفراد المخولين بذلك في فرع الادارة بدائرة العلاقات العامة برئاسة الشرطة.

وعن الغرض من انشاء هذه الصناديق . يقول مدير العلاقات العامة:"الغرض من عمل هذه الصنايق هو استقبال اي شكوي تتعلق بالعمل الشرطي عن الاجراءات المتبعة او اي اساءه لاستخدام السلطة تجاه المواطن او تجاه الشرطي نفسه" أي من قيادته العليا"[٢].

ويضيف أيضاً أن هذه الصناديق تستقبل ايضاً المقترحات والاراء التي تعين علي تصحيح المسار للنهوض بالعمل الشرطي ، وهذه المقترحات يمكن ان تاتي من الجمهور المتعامل مع الشرطة او من اعضاء الشرطة انفسهم بمختلف اداراتهم وتخصصاتهم.

تساهم هذه المقترحات الورادة عبر صناديق المقترحات والشكاوي في وضع القيادة العليا بالشرطة علي راي المواطن فيما يقدم له من خدمات وما يطمح به من مستوي لتقديم هذه الخدمات بصورة افضل .

وقد تم تحويل الكثير من المقترحات والاراء الواردة عبر الصناديق المنتشرة باقسام الشرطة بالخرطوم للادارات المختلفة لبحث كيفية وامكانية العمل بها، وبعضها

---

[١] مدير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية:مصدرسابق

[٢] نفس المصدر.

يخضع للمزيد من الدراسات ويستفاد منها في التخطيط لعمل العلاقات العامة وكيفية اقامة علاقة جيدة بين الشرطة والجمهور الخارجي ، بالاضافة لتعامل قادة الادرات المختلفة مع الافراد التابعين لهم.

وقد تم حسم الكثير من المشاكل وسوء الفهم بين الشرطة والمواطن، فأصبحت العلاقة فى تحسن مستمر .[١]

وشرح مدير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية أهمية المعلومة الواردة عبر الصناديق وكيفية التعامل معها بالقول:(ارجو ان اشير في هذا الصدد الي ان المعلومة الواردة الينا عبر هذه الصناديق ايا كان حجمها ، يتم التعامل معها بكل جديه واهتمام ، بغض النظر عن الجهة التي أتت بهذه المعلومة فيهمنا في الاول والاخير علاقة تبادلية حميمة تبني الوطن وتحافظ علي المواطن ، فالأمن مسؤلية الجميع). [٢]

وعن تناسب عدد الصناديق مع عدد إدارات الشرطة بولاية الخرطوم ، يقول مدير العلاقات العامة: (العدد غير كافي ، ولكن جاري العمل للفراغ من المرحلة الثانية، وهي نشر صندوق واحد للشكاوي والمقترحات في كل أقسام ونقاط الشرطة بولاية الخرطوم، وسينتهي العمل فيه بإذن الله تعالي لنشر ذات الصناديق بذات المواصفات في سائر إدارات الشرطة علي مستوي القطر)[١].

تبقي الإشارة إلي أن الرسائل يتم جمعها كل أسبوعين وحصرها عبر مناديب شعبة الشكاوي والمقترحات ، ويتم تصنيفها حسب موضوعاتها ، ومن ثم توزيعها إلي الإدارات المعنية ومتابعة الردود بصورة جيدة ، ورفع الطلبات أو التظلمات التي تحتاج إلي ردود القيادة العليا للشرطة.

وقد إطلع الباحث علي العديد من هذه الشكاوي والردود عليها من القيادة العليا ،ويتم الرد علي الرسائل المجهولة المصدر ، فالمهم فقط الإهتمام بموضوعاتها ، ومدي أهميتها ، وهذه قمة المرونة في التعامل مع هذا الامر حسب رأي الباحث.

---

[١] مدير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية:مصدسابق

[٢] نفس المصدر

[١] مدير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية:مصدسابق

فرع المراسم:-

يقوم هذا الفرع بإعداد التصورات والتخطيط لإستضافة الوفود والشخصيات الهامة، واعمال المؤتمرات السنوية والتخصصية للشرطة السودانية ، والسمنارات والدعوات الخاصة والعامة محلياً وإقليمياً وتبادل الهدايا والوشاحات للضيوف القادمين للوزارة.

وفي الجانب الإجتماعي تعمل إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية علي تحسين الصورة داخل إدارات الشرطة من خلال البرامج المعدة لذلك بالتعون مع الخدمات الإجتماعية بالشرطة ومن هذه البرامج والأنشطة:-

١- برامج ترفيهية أسرية.

٢- تبادل الزيارات المختلفة ، وتشجيع إقامتها علي مستوي الإدارات المختلفة للشرطة وذلك بدعمها مادياً .

٣- المشاركة في مناسبات الأفراح والأتراح للأعضاء والإهتمام بإحتياجاتهم.

٤- الإشراف علي تخطيط إقامة برامج الزواج الجماعي بصورة سنوية للإفراد الراغبين بالزواج ودعمهم بالمعينات المادية (الشيلة – الشنطة – الدعم المالي – إقامة الحفلة الختامية بحضور قيادات الشرطة المختلفة بالإضافة لدعوة قيادات الدولة وأعيان المجتمع والإعلام بكافة وسائله).

٥- الإهتمام بتوزيع إحتياجات شهر رمضان المعظم وذلك بتوزيع (طرود رمضان بالإضافة إلي السكر).

٦- تشجيع قيام تعاونيات الشرطة في أقسامها المختلفة ، وتسهيل حصول الأعضاء علي إحتياجاتهم المعيشية بصورة سهلة وبأسعار رمزية.

٧- الإهتمام بمعاشيي الشرطة ، والسعي لحل المشكلات التي تعترضهم وتشجيع إقامة روابط وإتحادات تجمعهم ، وتسهل تواصلهم مع القيادة العليا للشرطة.

٨- تسهيل فرص إستفادة الأعضاء ومشاركتهم بمناشط أندية الشرطة المختلفة.

٩- الإهتمام بترقية الخدمات الطبية المقدمة للأعضاء وأسرهم عبر مستشفي الشرطة المركزي ومستشفي ساهرون التخصصي .

١٠- العمل علي دعم وتشجيع الأعضاء الراغبين في إكمال مسيرتهم التعليمية عبر جامعة الرباط الوطني، والجامعات السودانية المختلفة.

١١- تم تفعيل خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف وذلك لإبلاغ الأعضاء "الضباط" بحالات الوفيات التي تحدث وسط العضوية أو أسرهم لتسهيل المشاركة في التعازي .

١٢- الإهتمام باسر شهداء الشرطة ودعمهم ، وعمل لقاءات دورية وزيارات قيادات الشرطة لهم.

كذلك تلعب إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية دوراً كبيراً مع المجتمع الخارجي ، وذلك من خلال التواصل والمشاركة في البرامج المجتمعية المختلفة.

وكذلك قياس الراي العام لمعرفة ما يحتاج له المواطن دعما لامنه واستقراراه[١].

وتعمل العلاقات العامة ايضا بالتخطيط والتنسيق لاقامة الدورات الرياضية لوحدات الشرطة المختلفة ،والاهتمام بكافة المناشط الرياضية والعمل على توثيقها ، إعلاميا ،والاهتمام بالاتصال بوسائل الإعلام المختلفة لضمان مشاركة الجمهور مع هذه المنشاط ومعرفة الوجه الأخر للشرطة السودانية ،،العمل ايضا على تامين المباريات الدولية المقامة بالسودان وعكس الوجه المشرق للشرطة السودانية من خلال التعامل مع الفرق الزائرة مع إدارة الجوازات وتسهيل تحركهم بالتنسيق مع إدارة شرطة المرور كل ذلك بصورة سهلة ومسيرة وبدون تعقيدات إدارية مما يساعد في ترك صورة جيدة عن السودان وعن الشرطة السودانية عموماً.

وتعمل الإدارة على تقييم وتقويم كل الخطط التي تم تنفيذها في مناشط العلاقات العامة المختلفة وذلك بواسطة المختصين. بمعهد الرباط للدراسات الإعلامية بجامعة الرباط الوطني والخبراء الوطنيين في هذا المجال مما يسهل في التخطيط لكل سنة

---

[١] مدير العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية :مصدرسابق

جديدة والعمل على تلافي سلبيات الأعوام السابقة وتطوير الايجابيات والعمل على توثيقها والعمل لها.

أهمية العلاقات العامة في مجال تنفيذ القوانين:

إذا كان للعلاقات العامة اهمتيها الكبرى في التخطيط وتنفيذ القوانين ،ويمكن تشبيه العلاقات العامة للشرطة بانها عبارة عن المادة التي تسهل الاحتكاك بين الشرطة والشعب ، فنجاح أية إدارة يتوقف بصيغة جزئية على تفهم المواطنين لرسالتها وتعاونهم معها ومساعدتها.

فحينما يهتم المواطنون ويقدرون عمل الشرطي فان أدائه لرسالته سيكون اكثر فاعلية وسترتقي مكانته بين أفراد المجتمع ويسهل عليه قيامه بواجبه.

لذا يجب على رجال الشرطة ان يداوموا على غرس روح المودة والصداقة بينهم وبين أفراد الشعب لاكتساب حبهم وثقتهم. [١]

تعمل العلاقات العامة بالشرطة على تشجيع افراد الشرطة بالاهتمام والعناية الخاصة بالاطفال فهم جيل المستقبل ومن الضروري اكتساب ثقته.

دأبت إدارة المرور على الإهتمام بمشاركة الأطفال في أعيادها السنوية وتشجيعهم على المشاركة مع أفراد المرور في عملهم مما يترك صورة جيدة لدى الطفل عن الشرطة وعن اعمالها.

وغني عن القول أن مظهر رجل الشرطة وهو يعطف على الاطفال يشيع بين المواطنين روحاً من المودة والحب والتقدير.

إذاً فتنفيذ القوانين تعتمد في نجاحها على حسن العلاقات العامة بين الشرطة والشعب ، فالشرطة يجب أن تعتمد على الشعب ليبلغ عن مخالفات القوانين ويدلي بالمعلومات اللازمة للقبض على المخالفين.

كما أن الشخص العادي لن يحترم رجل الشرطة إلا إذا احترمه اولاً ، والسبيل الوحيد الى ذلك هو العلاقات العامة.

---

[١] مجلة الأمن والعام : العدد (٦) عام ١٩٥٩ ، ص١٣

فرجال الشرطة حسب طبيعة عملهم من أقرب الناس الى الشعب ،ومن ثم يجب أن ينالوا احترامه وتقديره حتى يمكنهم مباشرة رسالتهم السامية في تامين المجتمع واستقراره وحفظ نسيجه الاجتماعي.وتحقيق التعاون مع المواطن في تنفيذ القوانين يجب أن يكون لدى مؤسسة الشرطة أولاً العناصر الجيدة من الأفراد الممتازين وأن تقوم بتدريبهم على مستوى عالي وأن تهيئ لهم الإدارات المناسبة والتوجيه المستمر.

واجبات ضابط العلاقات العامة:

من أهداف العلاقات العامة بالشرطة ربط الشرطة بالشعب ويقع عبء هذا التطوير على ضابط العلاقات العامة الذي تنحصر واجباته في امور اربعة .

١/ تقدير الراي العام واتجاهاته فيما يتعلق بسياسة اجهزة الشرطة ووسائلها وموظفيها .

٢/ تقديم النصيحة للرئيس فيما يتعلق بنواحي العلاقات العامة في البرامج والسياسات والاجراءات والأعمال المصلحية الجديدة أوالتى أعيد النظر فيها.

٣/ الإشراف على أعمال الأفراد المنفذين لمهام الشرطة التي قد تؤثر في تأييد الجمهور.[١]

٤/ تخطيط أعمال الإستعلامات والإستمرار فيها حتى يظل الجمهور على علم بأعمال الشرطة.

وعلى هذا فان ضابط العلاقات العامة بالشرطة يوجه إهتمامه إلى زاويتين متقابلتين كل منها على جانب كبيرمن الأهمية.

الأولى: تضم رجل الشرطة الفرد.

الثانية: تضم الجمهور في كافة مظاهره وعلاقاته بجهاز الشرطة.

أما دور العلاقات العامة بالنسبة لرجل الشرطة الفرد ن فينحصر في تبصيره ومساعدته على ان يكون فى مظهره وفي عاداته وتصرفاته واتصالاته العامة مثالا للمؤسسة التي ينتمي إليها.

---

[١] أ . . ويسلون " العلاقات العامة بين الشرطة والشعب " ترجمة مجلة الأمن العدد "٦" (١٩٥٩م) ، ص٢٣

أما دور العلاقات العامة بالنسبة للجمهور العام فيقوم كما أسلفنا على كسب تاييد الجمهور لرجل الشرطة بإثارة الوعي وخلق التعاون بينهما عن طريق إطلاعه على مشكلات الشرطة وأعمالها وخططها بواسطة النشرات والكتبيات وأحياناً عن طريق الإتصال المباشر بالجمهور، أو ما يسمى بجولات الإستطلاع ،وفي ذلك يقول العالم الامريكي ويسلون:-

" إن كثيراً من أقسام السجون مثار إستنكار شديد، وكثيراً ما تظل مثل هذه الحالات قائمة لأن المواطنين لا يعلمون عنها شيئاً ، ولكن جولات الإستطلاع تسلط الأضواء على هذه الحالة الغير مرضية مما يحفز إلى محاولة الاصلاح.

إذن الإهتمام يجب أن ينصب على الجهتين فرد الشرطة والمواطن ، لأن العلاقة الجيدة تبنى على وعيهما معاً .

عناصر تساهم في تكوين الصورة الطيبة لجهاز الشر طة:

يمكن الاشارة على عدة عناصر مهمة على ضابط العلاقات العامة بالشرطة العمل بها لتحسين صورة مؤسسة الشرطة ومن هذه العناصر ما يلي:

١/ إعلام الجماهير بدور مؤسسة الشرطة في مكافحة الجريمة وقدرتها على تحقيق الامن، وذلك بعمل رسائل عن مكافحة الجريمة يمكنها ان تحقق مزيدا من التاثير بمراعاة التركيز على غريزة حماية الذات او المحافظة على الحياة لأن أي تهديد لحياة الإنسان ووضعه الإقتصادي وممتلكاته يثير عنده ردود فعل عنيفة.

٢/الإعلام عن الخدمات الشرطية التي تقدمها مؤسسة الشرطة لأن الشرطة في كافة المجتمعات تقدم للجماهير مجموعة هائلة من الخدمات والأعمال كخدمة المرور والجوازات ، الدفاع المدني والجمارك وغيرها، لذا يصبح من الضروري على العلاقات العامة في مجال الشرطة أن تقوم بنوع من الإعلام عن هذه الخدمات والإدارات التي تقدمها ونوعية الأعمال التي تؤديها حتى يمكن للمواطن الإستفادة من هذه الخدمات عند الضرورة مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد للجانبين ، الشرطة والجمهور المستفيد من خدماتها.

ومما لا شك فيه أن هذا الإعلام يشعر الجمهور بمدى إهتمام الأجهزة الشرطية وحرصها على وقته وجهده مما سينعكس على صورة الجهاز الشرطي لدى جماهيره.

٣/ الإهتمام بالمكان الذي يؤدي جهاز الشرطة خدماته من خلاله:وذلك بتوفير مساحات تسمح بإنتظار عدد معقول من السيارات ،وتهيئة المكان الدخلي وتوفير مكان الإنتظار ، أو الاماكن التي يسهل القوف حولها ، أو الاستناد عليها، والإهتمام بمظهر البناء المعماري لأن مظهر مباني الشرطة أمر مهم في مشاعر الجماهير.

٤/ إمتلاك الشرطة للتكنولوجيا الحديثة: لأن الخدمة الأمنية تتطلب توفير معدات وأدوات حديثة تتيح للمواطن الإستفادة من الخدمات في سرعة وكفاءة ودقة عالية.

٥/ مظهر رجل الشرطة الذي يؤدي الخدمة الأمنية فالزي النظيف المناسب له شأن كبير في إحترام الجمهور لرجل الشرطة فضلا عن رفع الروح المعنوية له.ويؤدي المظهر الحسن الى إعلاء مكانة مؤسسة الشرطة وكسب الإحترام لأفرادها وموظفيها . فالزي قناة إتصال بين مرتديه والعالم من حوله.[١]

حدود ومجالات العلاقات العامة في مجال الشرطة:

تتحمل الشرطة مسئولية تنفيذ القوانين والنظم واللوائح التي تنظم علاقات الافراد ببعضهم وبالاجهزة السيادية في الدولة ضماناً لتحقيق الإنضباط العام داخل المجتمع.

وقد ثبت ان استقرار الامن او اختلاله في اي مجتمع لا يرجع الى كفاءة رجل الشرطة بقدر ما يرجع الى ارتقاء وعي الجمهور ويقطته ومدى استنكاره للجريمة ، والمعونة التي يقدمها لرجال الشرطة في حربهم على الجريمة والمجرمين.

ويعني هذا ان المعيار النهائي لنجاح اي ادارة شرطة هو تاييد المواطنين لها[٢].

---

[١] مجلة الأمن العدد (٦) ١٤١٣هـ : مصدر سابق ، ص٤٦

[٢] د. حسين محمد علي : " المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة) ط١ " القاهرة : مكتبة الانلجوالمصرية، ص٢٤٣ – ٢٤٤

ويتوقف هذا التاييد على وجود جسر من التفاهم المتبادل الذي يقوم اساساً على إستمرار الإتصال بين الشرطة والجماهير في مختلف المواقع.

ويتم الإتصال بين الشرطة والشعب من خلال القنوات التالية:

١/ الإتصال الجماهيري من خلال وسائل الإتصال الجماهيرية: وتتولاه إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية من خلال مجموعة الخطط القصيرة والمتوسطة والبعيدة المدى التي تستهدف تكوين صورة طيبة عن الشرطة في أذهات الجماهير أساسها الحرص على تحقيق الأمن وحماية الحقوق وإحترام الحريات وكفاءة الأداء بالنسبة للخدمات التي تقدمها الأجهزة الشرطية المختلفة.

٢/ الإتصال المباشر بالجمهور الذي يتردد على أقسام الشرطة وإداراتها الفرعية داخل هذا الوحدات ،وهذه فرصة ملائمة لكسب تأييد هذا الجمهور للشرطة عن طريق تيسير إجراءات التعامل وتقديم الخدمات بسهولة ويسر.

٣/ الإتصال المباشر بالجمهور خارج أقسام الشرطة في الطرق العامة وأمام المنشآت الحيوية ،وذلك بالتوجيه الحسن والمساعدة في المواقف الصعبة.

٤/ الإتصال المباشر بقادة الرأي في الوحدات الإدارية في القرى والمدن لمعرفة الإتجاهات العامة ، واقامة جسور التفاهم مع القواعد الشعبية من خلال هذه القيادات التي تملك تأثير غير رسمي على هذه القواعد يفوق التأثير الرسمي بشكل كبير مما يضمن تحقيق التعاون الفعال بين الشرطة والشعب.

٥/ الإتصال الجمعي المباشر بالتجمعات الشعبية في المنشآت وفي المدن والقرى والمشاركة في أداء الواجب الإجتماعي في العزاء والأفراح والمساهمة في الأنشطة الشعبية ، وتنظيم المسابقات والمهرجانات المشتركة في إطار برنامج لتحقيق العلاقات الطيبة بين الشرطة والشعب خارج إطار العمل التقليدي.

المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في مجال الشرطة:

يؤكد الخبراء والعاملون في مجال الشرطة ان العلاقات العامة في مجال الشرطة تواجه مجموعة من المشكلات أو الصعوبات التي تحتاج إلى إدراك واع من

العاملين في هذا المجال للتغلب عليها او التخفيف من حدتها، ومن هذه المشكلات ما يلي: [١]

١/ طبيعة وظيفة الشرطة: تتركز مسئولية الشرطة أساساً على حفظ الأمن وتنفيذ القانون،وبعض الناس يرى في هذا العمل تعقيداً لحريته وسيطرةً على مقدراته ،،من هنا يبدأ الصراع أو التنافر بين الشرطة وبعض المواطنين الذين لا يفهمون حقيقة الدور الذي تقوم به الشرطة لحمايتهم.

٢/ السلوك الشخصي لبعض رجال الشرطة : السلوك الشخصي لأي مجموعة من العاملين في أي منظمة يؤثر على صورة المنظمة في أذهان الجماهير لذا فان أي سلوك غير مقبول من أي رجل شرطة يؤثر على صورة الشرطة حتى ولو كان هذا السلوك صادراً من أفراد قلائل لا يمثلون القاعدة العريضة لجهاز الشرطة.

٣/ تأثير وسائل الإعلام: بعض وسائل الإعلام تقوم بإبراز صورة غير سليمة لرجال الشرطة تؤكد الجوانب السلبية وتتجاهل النواحي الإيجابية لأفراد الشرطة.

لذا من الواجب على ضابط العلاقات العامة بالشرطة السعي إلى تدعيم الصلات بهذه الوسائل وامدادها بالمعلومات الصحيحة والافكار البناءة التي تساعد على اشاعة الهيبة والإحترام والثقة في رجال الشرطة لأن ذلك يؤدي إلى تأييد الجماهير لهم وإقبالهم على التعاون معهم.

٤/ عوامل تاريخية: إستخدام المستعمرون جهاز الشرطة في البطش بالعناصر الوطنية ساهم في تحقيق أهداف الإستعمار وإشاعة الخوف في نفوسهم لتحقيق أهداف الاستعمار ومخططاته الاستبدادية.

٥/ ضعف المستوى التلعيمي والاقتصادي لجنود الشرطة: يرجع بعض الخبراء التصرفات الخاطئة لبعض جنود الشرطة الى إنخفاض مستواهم التعليمي وسوء حالتهم المادية ، الأمر الذي يدفع بعض هؤلاء الى الإساءة إلى صورة الشرطة من خلال سلوكهم غير المقبول من الناحية الإجتماعية.

[١] محمد مصطفى أحمد : " الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة ، مصدر سابق، ص١٩٥

لذلك فمن الضروري رفع مستوى هؤلاء الجنود من الناحية التعليمية وتكثيف جرعات التدريب التنشيطة لهم .وزيادة رواتبهم بما يتناسب مع المجهود الذي يقومون به لحفظ الأمن وبث الطمانينة في النفوس.

أهمية الوظائف التي تؤديها العلاقات العامة في المجال الشرطي والأمني:

للتغلب على المشكلات والمعوقات السابقة التي تواجه العلاقات العامة في المجال الشرطي ، إقترح بعض الخبراء مجموعة من الوظائف يمكن أن تؤديها العلاقات العامة بالشرطة ، وهي كالآتي [١].

١/ تشجيع المواطن على التعاون مع الشرطة لمساعدتها في تنفيذ المهام المناطة بها. فكل مواطن لديه أي معلومات عن أي قضية تهم العمل الشرطي ، يجب عليه أن يتعاون مع الشرطة في سبيل أقرار الحق والمصلحة العامة.

٢/ ارشاد المواطنين فيما يتعلق بسلامتهم وتجنب الاخطار التي قد تلحق بهم ، كإرشادات المرور والدفاع المدني.

٣/ تبسيط القوانين المتصلة بالشرطة وشرحها بسهولة ويسر وفي سبيل ذلك تنشر المطبوعات المصورة والكتيبات الملونة البسيطة وعقد المؤتمرات الصحفية وتوجيه الاذاعات الجاذبة[١]

٤/ رفع الروح المعنوية لدى موظفي أجهزة الشرطة وتنمية روح الخدمة العامة لديهم.

٥/ بناء جسور الثقة المتبادلة مع وسائل الإعلام ووكالات الأنباء قائمة على أساس الإعلام المبني على الصدق والحقائق.

٦/ شرح دور الشرطة في القضاء على الجريمة وتوفير الأمن والسلامة للمواطنين.

وحدد محمد طلعت عيسى[٢] عدة أساليب للإعلام في المجال الأمني والشرطي، منها:

١/ النشرات التي توضح اعمال اجهزة الشرطة المختلفة من خدمات ومجهودات.

---

[١] محفوظ أحمد جودة " العلاقات العامة مفاهيم وممارسات " ط٣" ١٩٩٩م " الأردن – دار الزهران للنشر والتوزيع " ص٣٨٠

[١]) د. إبراهيم إمام: " فن العلاقات العامةو الإعلام " ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٨٠م، ص١٣١.

[٢] محمد طلعت: العلاقات العامة كأداة تنمية، مصدر سابق ، ص٢١٥

٢/ الصحافة العامة: لتمجيد البطولة وتوضيح الآثار الهدامة للجريمة وأهمية تعاون الشعب مع قوات الشرطة في ايقاف الجريمةو المساعدة في القبض على الخارجين على القانون.

٣/ الأفلام الثقافية والتربوية وكذلك الافلام الفنية التدريبية كتصوير المصارعة اليابانية وطرق الدفاع عن النفس وبذلك مما يساعد في تدريب قوات الشرطة.

٤/ نشرة اخبارية دورية لرجال الشرطة تجمع كل انباء المشروعات التي تقوم بها الوزارة ، كما تحتوي على كل ما يجري بالوزارة ومصالحها وجميع المراكز والاقسام ، حتى يعلم الضباط والجنود ما يدور بالوزارة فيشعرون بقربهم منها، ، ويشعرون باهتمام المسئولين بأمرهم وتقوية روابط الإلفة ،والاتحاد بين اسرة الشرطة.

٥/ الاشتراك في المعارض العامة ، وعرض خدمات الشرطة وتوزيع النشرات والكتيبات التي توضح ما حققته الشرطة من توفير الأمن للمواطنين.

٦/ المجلات المتخصصة في شئون الشرطة والعمل الجنائي والشئون البوليسية عموما بهدف شرح رسالة رجل الشرطة وابراز ما يقوم به من مجهود ،،دعوة المواطنين الى التعاون معه.

٧/ الاذاعة والتلفزيون كأداة إعلامية قوية وذلك بعرض البرامج المختلفة التي تعين في تبصير الجمهور بدور الشرطة في خدمة الشعب، وتوضيح كل جديد في شئون الشرطة والعمل الجنائي وما يتصل به كإستخراج رخص السلاح ، ورخص السيارات أو جوازات السفر، وغير ذلك من الأمور التي تهم المواطنين الوقوف عليها.

المبحث الأول

الإجراءات المنهجيه

منهج البحث:

إستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي عبرالمنهج التطبيقي للأعمال التي تقوم بها إدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية وإستعان الباحث كذلك بالمناهج الأخرى التي توصله للنتائج، وتساعده في جمع الحقائق وتحليلها وتقويمها لإستخلاص دلالاتها وذلك من أجل الوصول إلى شكل واضح لواقع العلاقات العامة في المؤسسة وكيفية ممارستها.

وإستفاد الباحث من خلال إستخدامه البحث المسحي في ترتيب الدراسات السابقة ومدى الإستفادة منها.

تحديد مجتمع البحث:

إختار الباحث مجتمع ولاية الخرطوم نسبةً للتواجد الكبير لقوات الشرطة بالاضافة إلى أن إدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية تقع رئاستها وتمارس أنشطتها في ولاية الخرطوم.

ويتكون مجتمع البحث من الآتي:

أولاً: المجتمع الداخلي: حصراً على العاملين بإدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية.

ثانياً: الجمهور الخارجي: ويضم الجمهور العام " المواطنون" المتعاملون مع قطاع الشرطة والقطاع الأمني المستفيدون من الخدمات المقدمة من قوات الشرطة كالجوازات وإدارة المرور وإدارة إستخراج الأوراق الثبوتية وخدمات الجمارك.

ويتكون جمهور وزارة الداخلية في الغالب من الفئات التالية:

١/ المواطنون الذين تربطهم بأجهزة الشرطة رابطة مباشرة أو غير مباشرة معها كان نوعها.

٢/ الهيئات والمؤسسات الحكومية والأهلية التي تربطها بأجهزة الشرطة أو الدفاع المدني رابطة مباشرة أو غير مباشرة.

٣/ جمهور المواطنين بوجه عام.

تحديد حجم العينة:

إعتمد الباحث العينة العشوائية البسيطة Simple random sample وهي التي يتم إختيارها بحيث يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع فرص مكافئة في الإختيار. أي ليس هناك تحيز ينتج عن الإختيار[1]

وعليه فإن الباحث قسم العينات إلى فئتين يتم توزيع وتصميم الإستمارات على ضوءها على النحو التالي:

١/ إستمارة رقم (١) خاصة بالجمهور الداخلي والذي تم تحديده حصراً على العاملين بإدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية " ضباط وضباط صف وجنود وموظفين" بواقع (٤٨) مفردة للإستمارة

٢/ إستمارة رقم (٢) للجمهور الخارجي " المواطنون " بواقع (٢٠٠) مفردة للإستمارة.

بلغ حجم العينة المختارة في الإستمارة (١) و(٢) عدد (٢٤٨) مفردة

تصميم الاستمارة:

قام الباحث بتصميم استمارتين، الاستمارة رقم (١) للجمهور الداخلي " حصراً على العاملين بإدارة الإعلام والعلافات العامة برئاسة الشرطة السودانية والاستمارة رقم (٢) للجمهور الخلرجي " فئات مختلفة من المجتمع"

إتبع الباحث عدة خطوات في تصميمالاستمارة راعي فيها العوامل والاعتبارات التالية:

أ/ أن تكون شاملة لكل الأسئلة التي تدور في ذهن الجمهور.

ب/ أن تتفرع من تلك الأسئلة أسئلة فرعية تغطي الجوانب الأخرى التي تظهر عن الاجابات.

---

[1] سمير محمدحسين:بحوث العلاقات العامة،مصدر سابق،ص٢٩٦

ج/ أن تكون متتباعة و متسلسلة بصورة منطقية.

د/ مراجعة الإستمارتين بواسطة المشرف.

هـ/ تم عرض الإستمارتين مرفق معها أهداف وتساؤلات البحث على أربعة من الأستاذة المحكمين وهم:

١/ دكتور/ سر الختم عثمان:عميد كلية الدعوة والإعلام بجامعة القرآن الكريم.

٢/ دكتور/ عبد المحسن بدوي:مديرمعهد للدرا سات الإعلامية بجامعة الرباط الوطنى.

٣/دكتور/ أحمد محمدفضل الله: محاضر بكلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية

و/ تعديل الإستمارتين في صورتهما النهائية حسب مقترحات المحكمين ومراجعة المشرف.

ز/ لجأ الباحث للجمهور الذي يتعامل مع الإدارات الشرطية التي تقدم الخدمات المباشرة للجمهور وهي الإدارات التالية:

١/ إدارة المرور ، إدارة السجل المدني والجوازات ، إدالرة الجمارك. ، مكاتب البلاغات " أقسام الشرطة" بالاضافة الى نقاط بسط الأمن الشامل في الاحياء " الشرطة المجتمعية"

ر/ لجأ الباحث في أسئلة الإستمارتين لإسلوب الأسئلة المغلقة والمفتوحة في آن واحد وذلك لضرورة إعطاء المحبوثين أكبر قدر من الحرية في إختيار الإجابات التي تستدعى ذلك.

تساؤلات البحث:

تضمنت تساؤلات البحث الآتي:

١/ إلى اي مدى يساهم وجود إدارة للعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية في تحسين صورة رجل الشرطة لدى المواطن؟

٢/ ما هي الإستراتيجية الموضوعة لأعمال العلاقات العامة برئاسة الشرطة.ومدى الإلتزام بها.

٣/ ما هي الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية لتنفيذ أهداف المؤسسة؟

٤/ الصورة الذهنية المترسخة لدى الجمهور عن المؤسسات الشرطية وعلاقتها برواسب الماضي؟

٥/ ما هي الأسباب التي تؤدي إلى سوء العلاقة بين الشرطة والجمهور؟

٦/ هل تتعامل العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية بإسلوب التخطيط البرامجي لتنفيذ أنشطتها وتحقيق أهدافها؟

٧/ هل نجحت العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية في تطبيق الجوانب العلمية والتطبيقية للعلاقات العامة؟

٨/ طبيعة العلاقة بين صورة رجل رجل الشرطة في وسائل الإعلام والصورة الفعلية التي تتكون لدى المواطن عنه؟

٩/ ما هي أهم الوسائل الإتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة برئاسة الشرطة لتوصيل رسالتها وأهدافها؟

١٠/ هل ساهمت البرامج التي تقدمها العلاقات العامة بالشرطة عبر وسائل الإعلام المختلفة في مكافحة الجريمة؟

١١/ ما هي اوجه التنسيق بين إدارات المؤسسة لتحقيق أهداف العلاقات العامة؟

١٢/ هل تمارس إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة إسلوب التقييم والتقويم في تصحيح مسارها؟

١٣/ ما هي المشكلات التي تعوق عمل العلاقات العامة بالمؤسسة؟

١٤/ كيفية مواجهة هذه المشكلات؟

العمل الميداني: قام الباحث بالإشراف ميدانياً بمعاونة مجموعة من زملائه بالدرسات العليا بالاضافة الى افراد قام بتدريبهم على كيفية توزيع الإستمارات وجمعها ، وتم توزيع الاستمارة رقم (١) على العاملين بالإدارة العامة للإعلام برئاسة الشرطة السودانية والتي تشمل الآتي:

١/ دائرة الإعلام: تحتوي على المكتب الصحفي بالاضافة الى غرفة الانترنت وقسم الإصدارات والبرامج.

٢/ **دائرة العلاقات العامة:** التي تحتوي على فرع الإدارة وفرع الشكاوي وفرع المراسم.

ووجد الباحث والمعاونين له تعاوناً كبيراً من إدارة العلاقات العامة والمكتب الصحفي برئاسة الشرطة وكل العاملين بالإدارة.

وكانت الاستمارة رقم (١)بواقع (٤٨) مفردة حصرياً على العاملين بالإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية.

وتم توزيع الاستمارة رقم (٢) على المواطنين المتعاونين مع قطاع الشرطة في مجمعات الجوازات واقسام البلاغات بالاضافة لمجمعات الجمارك وادارة المرور.

وجد االباحث والمتعاونين بعض الصعوبات فسبيل جمع الإستمارة رقم (٢) من بعض الفئات نسبة لعدم ثباتها واستقرارها مما استدعى توزيع استمارات بكميات كبيرة.

وكانت الإستمارة رقم (٢) بواقع (٢٠٠) مفردة شملت كل مفردات المجتمع بغرض إعطاء فرص متكافئة في الإختبار لكل الفئات المكونة للمجتمع.

التحليل الإحصائي وتفسير النتائج:

وهي الخطوة الاخيرة في تحليل بيانات الإستمارتين وتمت المعالجة عبر الجداول الاحصائية عبر الطريقة المبسطة وهو الإسلوب التكراري البسيط وإستخراج النسب المئوية للأجوبة وترتيبها حسب تكرارها ومن ثم إستخلاص النتائج منها ثم التوصيات.

المبحث الثاني

تحليل وتفسير نتائج الاستمارة رقم (١)

الجدول رقم (١) يوضح :نوع المبحوثين(ذكر ، أنثى)

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	ذكر	٣٥	72.91	الأولى
ب	أنثى	١٣	١٧,٠٩	الثانية

الجدول (١) : من خلال التحليلي الاحصائي في الجدول (١) يتضح أن نسبة

الذكور أكثر من ٧٢% وهذا يدل على أن غالبية العاملين في الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة من الذكور حيث جاءت نسبة الإناث ١٧,٩ في المرتبة الثانية.

الجدول رقم (٢) يوضح :الفئة العمرية للمبحوثين

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	١٨ – ٢٨	٢٥	٥٠,٠٨	الأولى
ب	٢٩– ٣٨	١٢	٢٥	الثانية
ج	٣٩ –٤٨	٨	١٦,٦٦	الثالثة
د	٤٩– ٥٨	٣	٩,٧٦	الرابعة
هـ	٥٩ – ٦٨	صفر	٠	الأخيرة مشترك
و	٦٨ فما فوق	صفر	٠	الأخيرة مشترك

الجدول رقم (٢) التحليل الاحصائي للجدول رقم (٢) يتضح أن الفئة العمرية الأكثر تكرار هي الفئة (١٨ – ٢٨) سنة ونسبيتها ٥٠,٨% وجاءت في المرتبة الاولى والفئة التي تليها هي الفئة (٢٩–٣٨) بنسبة ٢٥% في المرتبة الثانية وتلتها الفئة (٣٩ –٤٨) نسبة تجاوزت ١٦% بقليل ثم تلتها الفئة (٤٩–٥٨) بنسبة بنسبة ٩,٧٦% في المرتبة الرابعة فيما تأتي في المرتبة الاخيرة الفئتين (٥٩–٦٨ والفئة ٦٨ فما فوق ونسبتها صفر.

وبقراءة النتائج أعلاه نجد أن قرابة الـ ٧٥% من الجمهور المستهدف هم من فئة الشباب اي الفئة العمرية ما بين (١٨–48) سنة مما يعطي بعض الحيوية وتبادل الأفكار بصورة جيدة لتقارب الأعمار.

الجدول رقم (٣) يوضح : عينة المبحوثين الذين أجرى عليهم البحث

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	ضباط	١٠	٢٠,٨٣	الثانية
ب	صف وجنود	٣١	٦٤,٥٨	الأولى
ج	موظفين	٧	١٤,٥٩	الأخيرة

الجدول (٣) التحليل الاحصائي للجدول (٣) يوضح اكثر فئة الصف والجنود اكثر تكرارا ونسبتهما اكثر من ٦٤% تليها فئة الضباط بنسبة ٢٠,٨٣% وتاتي فئة الموظفين بنسبة ١٤,٥٩% في الدرجة الاخيرة، وتقدم فئة الصف والجنود شيء طبيعي نسبة للطبيعة العسكرية للمؤسسة وتشكيلاتتها العروفة.

لكن الدلالة الأهم هنا هو وضوح استعانة الادارة بموظفين مدنيين للاستفادة من خبراتهم وهذا يدل على إنفتاح المؤسسة على الفئات المدنية الأخرى.

الجدول رقم (٤) يوضح :. المستوى التعليمى للمبحوثين

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	دون الثانوى	صفر	٠	الأخيرة
ب	ثانوى	٢٧	٥٦,٢٥	الأولى
ج	جامعى	١٥	٣١,٢٥	الثانية
د	فوق الجامعى	٦	١٢,٥٠	الثالثة

الجدول (٤) من خلال تحليل الجدول رقم (٤) يتضح أن فئة الثانوي الاكثر تكرارا ونسبتها اكثر من ٥٦% تليها فئة الجامعيين بنسبة ٣١,٢٠ في المرتبة الثانية وتأتي بعدها فئة فوق الجامعي بنسبة ١٢,٥٠% وتاتي في المرتبة الاخيرة فئة دون الثانوي بنسبة صفر ،،هذا ان دل انما يدل على حرص الإدارة على إختيار الكادر المؤهل أكاديمياً لطبيعة عمل الإدارة المرتبط بتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي.

الجدول رقم (٥) يوضح :الحالة الإجتماعية للمبحوثين

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	متزوج	٣٧	٧٧,٠٨	الأولى
ب	عازب	١١	٢٢,٩٢	الأخيرة

الجدول (٥): التحليل الاحصائي السابق نؤكد أن فئة المتزوجين الاكثر تكرارا ونسبتها اكثر من ٧٧% وتأتي العازب بنسبة ٢٢,٩٢% فقط مما يدل على اهتمام الادارة على الاستقرار الاجتماعي لمنسوبيها مما ينعكس على الأداء العام للإدارة.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب

أ	نعم	٤٨	١٠٠	الأولى
ب	لا	صفر	٠	الأخيرة

الجدول رقم (٦) يوضح : العلاقة بين وجود إدارة للعلاقات العامة والصورة الإيجابية أو السليبة لدى الجمهور عن المؤسسة.

الجدول (٦) : التحليل الاحصائي يوضح ان عدد الذين اجابوا بنعم الاكثر تكرارا بنسبة ١٠٠% والاجابة بلا بنسبة صفر. مما يدل على اتفاق لمبحوثين ان وجود ادارة للعلاقة العامة برئاسة الشرطة ساهم في خلق الصورة الايجابية للشرطة لدى الجمهور ،وان عدم وجود ادارة تهتم بالعلاقات العامة برئاسة الشرطة سيجعل الصورة السلبية عند الجمهور عن المؤسسة ستستمر.

الجدول (٧) يوضح التسمية المثلى فى رأى المبحوثين لإدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	العلاقات العامة	١٧	٣٥,٤١	الثانية
ب	الإعلام والعلاقات العامة	٢١	٤٣,٧٥	الأولى
ج	الإعلام والتوجيه المعنوى	٣	٦,٢٥	الرابعة
د	العلاقات العامة والمراسم	٥	١٠,٤١	الثالثة
هـ	أخرى تذكر	٢	٤,١٢	الأخيرة

الجدول (٧): يوضح التحليل الإحصائي في الجدول أعلاه أن الفئة (ب) " " الإعلام والعلاقات العامة " الاكثر تكرارا ونسبتها اكثر من ٤٣% في المرتبة الآولى،تأتى بعدها فئة العلاقات العامة بنسبة ٣٥,٤١% في المرتبة الثانية وتأتي بعدها فئة العلاقات العامة والمراسم بنسبة ١٠,٤١% في المرتبة الثالثة تليها فئة الإعلام والتوجيه المعنوي بنسبة ٦,٢٥% وبعدها فئة اخرى تذكر بنسبة ٤,١٢% وهي كالآتي:

١/ إدارة الإعلام والتزجيه المعنوي

٢/ الإدارة العامة للخدمات والتوجيه.

الجدول (٨) يوضح الجهة التى يجب أن تتبع لها العلاقات العامة برئاسة الشرطة حسب رأى المبحوثين.

م	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أ	المدير العام لقوات الشرطة	٧	١٤,٥٨	الثانية
ب	مساعد الميرللخدمات والتوجيه	٣٦	٧٥,٠	الأولى
ج	مدير الإدارة العامة	٥	١٠,٤٢	الثلة
د	لا رأى لى	صفر	٠	الأخيرة

الجدول (٨) من خلال التحليل الاحصائي السابق يتضح أن الفئة "ب" مساعد المدير العام للخدمات والتوجيه الاكثر تكرارا ونسبتها ٧٥% تليها فئة المدير العام لقوات الشرطة بنسبة ١٤,٥٨% وتاتي بعدها فئة مدير الإدارة العامة بنسبة ١٠,٤٢% وتاتي في المرتبة الاخيرة فئة لا رأي لي بنسبة صفر.

الجدول (٩) يوضح قيام الإدارة بتعريف المجتمع بعمل الشرطة ونشر الوعى الأمنى والجنائى للمواطنين.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٢٧	٢٨56.	الأولى
ب	أحياناً	٨	١٦,٦٦	الثالثة
ج	لا	١١	٢٢,٩٤	الثانية
د	لأعلم	٢	٤,١٢	الأخيرة

الجدول (٩) : التحليل الاحصائي للجدول رقم (٩) يوضح ان الفئة "أ" "نعم" الأكثر تكرارا بنسبة ٢٨,٥٦% في المرتبة الاولى تليها فئة "لا" بنسبة ٢٢,٩٤% وبعدها الفئة " أحيانا" بنسبة ١٦,٦٦% وبعدها في المرتبة الأخيرة فئة "لا أعلم" بنسبة ٤,١٢%.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب

أ	عبر الأنشطةالإعلامية الموجهة من الشرطة	٢٣	٤٧,٩١	الأولى
ب	عبر الندوات والمحاضرات	٢	٤,١٢	الأخيرة مشترك
ج	عبر الخدمات المباشرة من الشرطة للمجتمع	٢١	٤٤,٨٥	الثانية
د	أخرى تذكر	٢	٤,١٢	الأخيرة مشترك

الجدول رقم (١٠) يوضح : كيفيةتشجيع المواطن للتعاون مع الشرطة.

الجدول (١٠): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح أن الفئة الاكثر تكرارا هي فئة " عبر الانشطة الإعلامية الموجهة من الشرطة" بنسبة اكثر من ٤٧% تأتي بعدها مباشرة في المرتبة الثانية الفئة " عبر الخدمات المباشرة من الشرطة للمجتمع" في حين تأتي فئتي " عبر الندوات والمحاضرات" و " أخرى تذكر) في المرتبة الاخيرة بنسبة ٤,١٢% لكليهما. وهذا يوضح أن اهم طريقة لتشجيع المواطن للتعاون مع اشلرطة هي عبر الانشطة الإعلامية الموجهة من الشرطة ٢/ عبر الخدمات المباشرة في الشرطة للمجتمع وفي فئة " أخرى تذكر" أوضح المبحوثين الآتي:

١/ عبر قنوات تلفزيونية خاصة بالشرطة.

٢/ كل ما ذكر

الجدول رقم (١١) يوضح :أسباب عدم تعاون الجمهور مع الشرطة فى بعض الأحيان.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	ممارسات بعض رجال الشرطة السلبية	٢	٤,١٢	الخامسة
ب	الجهل بالقانون	٢١	٤٤,٨٥	الأولى
ج	قلة البرامج الموجهة من الشرطة	صفر	٠	الأخيرة
د	عوامل تأريخية وسياسية	١٣	٢٦,٠٦	الثانية
هـ	النظرة العامة للشرطة بأنها جهاز عقابى	٤	٨,٣٣	الرابعة
و	عوامل نفسية	٨	١٦,٦٦	الثالثة

الجدول (١١): من خلال التحليل الاحصائي للجدول السابق نجد أن فئة " الجهل بالقانون" هي الأكثر تكرارا ونسبتها اكثر من ٤٤% تاتي بعدها فئة عوامل تاريخية وسياسية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦,٠٦%قابلتها فئة " عوامل نفسية " بنسبة ١٦,٦٦% وتليها فئة " النظرة العامة للشرطة " أنها جهاز عقابي قبل الاخيرة بنسبة ٤,١٢% ،وتأتي في المرتبة الاخيرة فئة " قلة البرامج الموجهة من الشرطة " بنسبة صفر.

وتؤكد فئة " الجهل بالقانون التي جاءت اكثر تكرارا حاجة الادارة الماسة للتخطيط المستمر لشرح القانون بوسائل مبسطة وسهلة وفي متناول الجمهور لان الجهل بالقانون لا يعفي من العقاب حسب القانون.

الجدول (١٢)يوضح تقييم العلاقة بين الشرطة والجمهور من وجهة نطر المبحوث.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	ممتازة	١٣	٢٦,٠٦	الثانية
ب	متوسطة	٣١	٧٥,١٦	الأولى
ج	ضعيفة	١	٢,٦	الأخيرة
د	ضعيفة جداً	٣	٦,١٨	الثالثة

الجدول (١٢): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح ان الفئة الاكثر تكرارا هي فئة " متوسطة" ونسبتها ٧٥,١٦% تليها فئة " ممتازة" بنسبة ٢٦,٠٦% وبعدها فئة " ضعيفة جداً" بنسبة ٦,١٨% وتاتي في المرتبة الاخيرة فئة " ضعيفة" بنسبة ٢,٦%.

الجدول (١٣) :. فى رأيك هل الجهود التى تقوم بها إدارة العلاقات العامةبرئاسة الشرطة تساعد فى رفع الروح المعنوية لقوات الشرطة.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	دائماً	٢٤	٤٩,٤٤	الأولى
ب	أحياناً	١٧	٣٩,٢	الثانية
ج	نادراً	٦	١٢,٣٦	الثالثة
د	لا	صفر	٠	الأخيرة

يوضح التحليل الاحصائي للجدول السابق أن فئة "دائما" الأكثر تكرارا ونسبتها ٤٩,٤٤% في المرتبة الأولى تليها فئة " أحيانا" بنسبة ٣٩,٠٢% وبعدها فئة " نادرا" بنسبة ١٢,٣٦% وتأتي في المرتبة الاخيرة فئة " لا" بنسبة صفر%.

وهذا يؤكد احساس المبحوث بنجاعة الجهود التي تقوم به إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة ومساعدتها في رفع الروح المعنوية لقوات الشرطة.

الجدول(١٤):. فى رأيك هل تساهم إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة بتنسيق الجهود الإعلامية والتوجيهية بإدارات الشرطة المختلفة.

م	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أ	دائماً	٨	١٦,٦٦	الثانية
ب	أحياناً	٣٥	٧٣,٠٤	الأولى
ج	ادراً	٣	٦,١٨	الثالثة
د	لا	٢	٤,١٢	الأخيرة

الجدول (١٤) : التحليل الاحصائي للجدول (١٤) يوضح أن فئة " أحياناً " هي الأكثر تكرارا ونسبتها اكثر من ٧٣% تليها فئة " دائما" بنسبة ١٦,٦١% وتليها الفئة " نادرا" بنسبة ٦,١٨% وتاتي في المرتبة الاخيرة الفئة " لا" بنسبة ٤,١٢% وتؤكد نتائج التحليل السابق لممارسة الإدارة لوظيفة التنسيق بصورة عالية وملحوظة ،وهي من الوظائف المهمة لنشاط العلاقات العامة.

الجدول (١٥) : فى رأيك ما مدى فعاليةالعلاقات العامة بإدارتك؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	فعالة ومؤثرة	٢٧	56.25	الأولى
ب	غير فعالة	٢١	٤٣,٧٥	الثانية
ج	لا أعلم	صفر	٠	الأخيرة

الجدول (١٥) يوضح التحليل الاحصائي للجدول السابق ان الفئة " فعالة ومؤثرة" هي الأكثر تكرارا ونسبتها ٥٦,٢٥% في المرتبة الأولى تليها الفئة " غير فعالة" بنسبة ٤٣,٧٥% وتاتي في المرتبة الأخيرة فئة " لا أعلم" بنسبة صفر%.

الجدول(١٦) : يوضح ضرورةالإستعانةبخبراء علاقات عامةخارج الشرطة حسب رأى المبحوثين.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٩	١٩,٠٨	الأخيرة
ب	أحياناً	١٢	٢٤,٧٢	الثانية
ج	لا	٢٧	٥٦,٢٥	الأولى

الجدول (١٦): يوضح التحليل الاحصائي للجدول السابق أن الفئة " لا" تأتي في المرتبة لاولى من حيث التكرار ونسبتها ٥٦,٢٥% تليها الفئة " احيانا" بنسبة ٢٤,٧٢% وفي المرتبة الاخيرة تاتي الفئة " لا" بنسبة ١٩,٠٨%.

الجدول (١٧): يوضح مدى الإستفادة من بحوث العلاقات العامة التى تجريها المراكز العلمية خارج الشرطة.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٣	٦,١٨	الثالثة
ب	أحياناً	٢	٤,١٢	الأخيرة
ج	لا	٣٣	٦٩,١	الأولى
د	لا أعلم	١٠	٢٠,٦	الثانية

الجدول (١٧): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه الفئة " لا" الاكثر تكرارا ونسبتها ٦٩,١١% تليها الفئة " لا أعلم" بنسبة ٢٠,٦% تليها الفئة " نعم" بنسبة ٦,١٨% ، وتأتي في المرتبة الأخيرة الفئة " أحاينا" بنسبة ٤,١٢% وتؤكد نتيجة التحليل ضرورة التفات الإدارة إلى الاستفادة من البحوث العلمية لأهمتيها في تطوير نشاط العلاقات وتوجيهه الوجهة العلمية الصحيحة.

الجدول (١٨): كيف تتصور علاقة التنسيق بين العلاقات العامة بالشرطة والأجهزة الإعلامية الأخرى.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	االترتيب
أ	تنسيق بمستوى عالى	١٢	٢٤,٧٢	الثانية
ب	تنسيق بمستوى أقل	٢٣	٤٧,٩١	الأولى
ج	تنسيق ضعيف	٨	١٦,٦٦	الثالثة
د	لا يوجد تنسيق	٥	١٠,٧١	الأخيرة

الجدول (١٨) : من خلال التحليل الاحصائي للجدول السابق نجد أن الفئة الاكثر تكرارا هي فئة " تنسيق بمستوى اقل" ونسبتها ٤٧,٩١% تليها الفئة " تنسيق بمستوى عالي" بنسبة ٢٤,٧٢% وتاتي بعدها الفئة " تنسيق ضعيف" بنسبة ١٦,٦٦% وتأتي في المرتبة الاخيرة الفئة " لا يوجد تنسيق" بنسبة ١٠,٧١%.

الجدول (١٩) : ماهى فى رأيك أفضل الوسائل الإعلامية لإيصال الرسالة الإعلامية للجمهور الخارجى ؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	الإذاعة	١٨	٢٨,٥٤	الأولى
ب	التلفزيون	١٢	٢٤,٧٢	الثانية
ج	الصحافة	١٠	٢٠,٨١	الثالثة
د	مجلات الشرطة المتخصصة	٦	١٢,٣٦	الرابعة
هـ	نشرات وملصقات	٥	١٠,٤١	الخامسة
و	أخرى تذكر	٣	٦,١٨	الأخيرة

الجدول (١٩) التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح ان الفئة الاكثر تكرارا هي الفئة " الإذاعة" ونسبتها٢٨,٥٤% تليها الفئة " التلفزيون بنسبة ٢٤,٧٢%. وتأتي بعدها الفئة " الصحافة بنسبة٢٠,٨١% تليها الفئة " نشرات وملصقات بنسبة ١٠,٤١% وتأتي في

المرتبة الاخيرة الفئة " أخرى تذكر" بنسبة ٦,١٨ % وتتكون من عدد (٣) مفردات وهي كالآتي:

١/ كل ماذكر

٢/ ندوات دورية عبر لجان الاحياء السكنية.

٣/ الانترنت.

الجدول (٢٠) : يوضح مدى مساهمة الإصدارات الشرطية المتخصصة فى تحسين صورة رجل الشرطة لدى المواطن

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٥	١٠,٤١	الأخيرة
ب	ُحياناً	٨	١٦,٦٦	الثالثة
ج	لا	٢٢	٤٦,٨٨	الأولى
د	لاأعلم	١٣	٢٦,٠٦	الثانية

٢٠/ الجدول (٢٠) يوضح التحليل الاحصائي للجدول السابق أن الفئة الأكثر تكرارا هي " لا" ونسبتها ٤٩,٨٨% تليها الفئة " لا أعلم" بنسبة ٢٦,٠٦% تليها الفئة " أحيانا" بنسبة ١٦,٦٦% وتأتي في المرتبة الاخيرة الفئة " نعم" بنسبة ١٠,٤١%.

الجدول (٢١) : ماهى فى رأيك أفضل الطرق التى يجب أن تتبعها إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة لتقوييم أعمالها؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	البحوث العلمية	٣	٦,٢٥	الأخيرة
ب	مراجعة السياسات من حين لآخر	٢١	٤٣,٧٥	الأولى
ج	الإستعانة بمستشاريين خارج الشرطة	٩	١٨,٧٥	الثالثة
د	قياس إتجاهات الرأى العام	١٥	٣١,٢٥	الثانية

الجدول (٢١) بوضح التحليل الاحصائي للجدول أعلاه ان الفئة " مراجعة السياسيات من حين لآخر" هي الأكثر تكرارا ونسبتها ٤٣,٧٥% تليها الفئة "قياس اتجاهات الراي العام" بنسبة

٣١,٢٥% وبعدها الاستعانة بمستشارين بنسبة ١٨,٧٥% تاتي في المرتبة الاخيرة الفئة " البحوث العلمية" بنسبة ٦,٢٥%.

جدول (٢٢) :ـ ماهو رأيك فى أداء إدارة العلاقات العامة بالشرطة عموماً؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٤١	٨٩,٤١	الأولى
ب	أحياناً	٣	٦,٢٥	االثالثة
ج	نادراً	٤	٨,٣٤	الثانية
د	لا أعرف	صغر	٠	الأخيرة

الجدول (٢٣) التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح ان الفئة " نعم" الاكثر تكرارا ونسبتها ٨٩,٤١% وتليها الفئة " نادرا" بنسبة ٨,٣٤% وتليها الفئة " أحيانا" ٦,٢٥% وتأتي الفئة " لا أعرف" في المرتبة الاخيرة بنسبة صفر% وهذا يؤكد أن رئاسة الشرطة تهتم بعمل العلاقات العامة وتضعه في أولوياتها في التخطيط والدعم والتنفيذ.

الجدول رقم (٢٣): هل تعتقد أن نشاط العلاقات العامة برئاسة الشرطة يجد الدعم من قبل اللإدارة العليا لقوات الشرطة السودانية؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	ممتاز	٣	٦,٢٥	الرابعة
ب	جيد	٣٤	٧٠,٨٣	الأولى
ج	وسط	٧	١٤,٥٨	الثانية
د	ضعيف	٤	٨,٣٤	الثالثة
هـ	ضعيف جداً	صفر	٠	الأخيرة

الجدول (٢٢) يوضح التحليل الاحصائي الجدول السابق أن اكثر فئة تكرارا هي " جيد" ونسبتها ٧٠,٨٣% وتليها الفئة " وسط" بنسبة ١٤,٥٨% تليها الفئة " ضعيف" بنسبة ٨,٣٤% وتاتي في المرتبة قبل الاخيرة " ممتاز" بنسبة ٦,٢٥% وتؤكد نتيجة التحليل السابق ان راي العاملين بادارة الاعلام والعلاقات لاداء اداراتهم راي ايجابي وهذا ساهم في الأداء الممتاز للأفراد بالإدارة.

المبحث الثاني

تحليل وتفسير نتائج الإستمارة رقم (٢)

الجدول (٢٤): يوضح نوع المبحوثين:

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	ذكر	١٣٤	٦٧,٠	الأولى
ب	أنثى	٦٦	٣٣,٠	الثانية

الجدول (٢٤: من خلال التحليل الاحصائي للجدول أعلاه تتضح أن الفئة " ذكر" أكثر تكرارا ونسبتها ٦٧,٠٠% تليها الفئة " أنثى" بنسبة ٣٣,٠٠% في المرتبة الثانية.

الجدول (٢٥) يوضح أعمار المبحوثين:

م	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أ	١٨ – ٢٨	٩٢	٤٦,٠	الأولى
ب	٢٩ – ٣٨	٦٣	٣١,٥	لثانية
ج	٣٩ – ٤٨	٣٠	١٥,٠	ثالثة
د	٤٩ – ٥٨	١١	٥,٥	رابعة
هـ	٥٩ – ٦٨	٤	٢,٠	خامسة
و	٦٨ فما فوق	صفر	٠	الأخيرة

الجدول (٢٥): التحليل الاحصائي للجدول السابق يوضح أن الفئة "١٨–٢٨) الاكثر تكرارا ونسبتها ٤٦,٠٠% تليها الفئة (٢٩ –٣٨) بنسبة ٣١,٥٠% تليها الفئة "٣٩ –٤٨" بنسبة ١٥,٠٠% تليها الفئة "٤٩,٥٨" بنسبة ٥,٥٠% وتأتي في المرتبة قبل الاخيرة الفئة " ٥٩ –٦٨" بنسبة ٢,٠٠% وفي المرتبة الاخيرة ٦٨ فما فوق الفئة " ٦٨ فما فوق بنسبة صفر %.

الجدول (٢٦): يوضح مهن المبحوثين.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	موظف	٤٥	٢٢,٥	الثانية
ب	عامل	٣٥	١٧,٥	الثالثة
ج	تاجر	٢٠	١٠,٠	الرابعة
د	مزارع	١٥	٧,٥	الأخيرة مشترك
هـ	طالب	٧٠	٣٥,٠	الأولى
و	ربة منزل	١٥	٧,٥	الأخيرة مشترك

الجدول (٢٦): من خلال التحليل الاحصائي للجدول أعلاه نجد أن الفئة " طالب" الاكثر تكرارا ونسبتها ٣٥,٠٠% تليها الفئة " موظف" بنسبة ٢٢,٥ % تليها الفئة " عامل" بنسبة ١٧,٥% تليها الفئة " تاجر" بنسبة ١٠,٠٠% وتاتي بنسبة مشتركة مع الفئة " مزارع" " وربة منزل" بنسبة ٧,٥%.

الجدول (٢٧): يوضح المستوى التعليمى للمبحوثين.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	دون الثانوى	١٥	٧,٥	الثالثة
ب	ثانوى	٦٩	٣٤,٥	الثانية
ج	جامعى	١٠٦	٥٣,٠	الأولى
د	فوق الجامعى	١٠	٥,٠	الأخيرة

الجدول (٢٧): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح أن الفئة " جامعي" الاكثر تكرارا ونسبتها ٥٣,٠٠% تليها الفئة " ثانوي" بنسبة ٣٤,٥% وتليها الفئة " دون الثانوي" بنسبة ٧,٥% وتاتي في المرتبة الاخيرة الفئة " فوق الجامعي" بنسبة ٥,٠٠%.

الجدول (٢٨) : يوضح الحالة الإجتماعية للمبحوثين.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	متزوج	١١٢	٥٦,٠	الأولى
ب	عازب	٨٨	٤٤,٠	الثانية

الجدول (٢٨): التحليل الاحصائي للجدول السابق يوضح أن الفئة " متزوج" اكثر تكرارا بنسبة ٥٦,٠٠% تليها الفئة " عازب " بنسبة ٤٤,٠٠%

الجدول (٣٩) : يوضح معرفة المبحوثين أو سماعهم بوجود إدارة للعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٢٠٠	١٠٠,٠	الأولى
ب	لا	صفر	٠	الثانية

الجدول (٢٩): يوضح التحليل الاحصائي للجدلو أعلاه أن الفئة " نعم" الاكثر تكرارا ونسبتها ١٠٠% وهذا يدل على معرفة الجمهور وسماعهم بوجود الادارة.

الجدول (٣٠) :ـ يوضح الوسيلة التى عرف عبرها المبحوثين بوجود إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية:

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	عبر برنامج الشرطة الإذاعى	١٣٤	٦٧,٠	الأولى
ب	عبر برنامج ساهرون	٣٧	١٨,٥	الثانية
ج	عبر مجلة الشرطة	٢٢	١١,٠	الثالثة
د	عبرنشرات وإصدارات الشرطة	٥	٢,٥	الرابعة
هـ	أخرى تذكر	٢	١,٠	الأخيرة

الجدول (٣٠) من خلال التحليل الاحصائي للجدول السابق نجد أن الفئة " عبر برنامج الشرطة الإذاعي" الاكثر تكرارا ونسبتها ٦٧,٠٠% تليها الفئة " عبر برنامج ساهرون" بنسبة ١٨,٥% تليها الفئة " عبر مجلة الشرطة" بنسبة ١٧,٠٠% تليها الفئة " عبر نشرات واصدارات الشرطة" بنسبة ٢,٥% وتاتي في المرتبة الاخيرة الفئة " أخرى" بنسبة ١,٠٠% وهي عبارة عن مفرودتين كالآتي:

١/ عبرتعاملى الشخصى.

٢/ كل ماذكر.

الجدول (٣١) :- يوضح وجود أى تعامل للمبحوثين مع إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية:

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	تغم	١	٠,٥	الأخيرة
ب	أحياناً	٢٤	١٢,٠	الثانية
ج	لا	١٧٥	٨٧,٥	الأولى

الجدول (٣١) : التحليل الاحصائي للجدول السابق يوضح أن الفئة " لا " هي الاكثر تكرارا ونسبتها ٨٧,٥% تليها الفئة " أحيانا" بنسبة ١٢,٠٠% وتاتي ف يالمرتبة الاخيرة الفئة " نعم" بنسبة ٠,٥% وهي نتيجة طبيعية نسبة للأنشطة الغير مباشرة التي تمارسها الإدارة والتي لا تتطلب التعامل المباشر مع الجمهور " احيانا" يستثنى من ذلك المكتب الصحفي.

الجدول (٣٢) :- يوضح هل لدى المبحوثين فكرة الإجرات التى تستخدمها الشرطة فى تقديم خدماتها للجمهور:

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٢٠٠	١٠٠,٠	الأولى
ب	لا	صفر	٠	الثانية

الجدول (٣٢) : التحليل الاحصائي للجدول السابق يوضح ان الفئة " نعم" الاكثر تكرارا ونسبتها ١٠٠% وهكذا يؤكد ان الجمهور في العينة المستهدفة لهم بعض التعاملات مع الخدمات المقدمة من الشرطة سواء كان جوازات أو مرور أو جمارك.

الجدول(٣٣) يوضح رأى المبحوثين فى الطريقة التى تنفذ بها الشرطة إجراءاتها فى تقديم خدماتها للجمهور.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	بسيطة وسهلة	١٠٧	٥٣,٥	الأولى
ب	مبالغة فى التشديد	٨٢	٤١,٠	الثانية
ج	لا رأى لى	١١	٥,٥	الأخيرة

الجدول(٣٣) التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح ان الفئة " بسيطة وسهلة" الاكثر تكرارا ونسبتها٥٣,٥% تليبها الفئة " مبالغة في التشديد " بنسبة ٤١,٠% تليها الفئة " " لا راي لي" بنسبة ٥,٠٠% في المرتبة الاخيرة.

الجدول (٣٤) :-يوضح تصور المبحوثين فى صحة إتهام البعض للشرطة بتعمد التأخير فى إستخراج الوثائق الثبوتية للجمهور.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	إتهام صحيح	٩٠	٤٥,٠	الثانية
ب	غير صحيح	١٠٦	٥٣,٠	الأولى
ج	لارأى لى	٤	٢,٠	الأخيرة

الجدول (٣٤): التحليل الاحصائي للجدل السابق يوضح أن الفئة " غير صحيح " الاكثر بنسبة ٥٣% تليها الفئة " اتهام صحيح" بنسبة ٤٥% وتأتي في المرتبة الاخيرة الفئة " لا راي لي" بنسبة ٢,٥%

الجدول (٣٥) : يوضح تقييم المبحوثين لنظرتهم فى طبيعة العلاقة بينهم والشرطة.

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نظرة سلبية	٩١	٤٥,٥	االأولى
ب	نظرة إيجابية	٨٣	٤١,٢	الثانية
ج	نظرة محايدة	٢٦	١٣,٠	الأخيرة

الجدول (٣٥): التحليل الإحصائي للجدول السابق يوضح أن الفئة " نظرة سلبية" الاكثر تكرارا بنسبة ٤٥,٥% تليها الفئة " مظرة ايجابية" بنسبة ٤١,٢% وتأتي ف يالمرتبة الاخيرة الفئة " نظرة محايدة" بنسبة ١٣%.

الجدول (٣٦) : فى حالة النظرة السلبية ماهى فى رأيك العوامل المؤثرة فى طبيعة هذه العلاقة؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	معا ملات سابقة	٧١	٣٥,٥	االأولى
ب	تأثيرات الإعلام	١٨	٩,٠	الثانية
ج	أخرى تذكر	٢	١,٠	الأخيرة

الجدول (٣٦): ملحوظة: التحليل الاحصائي في هذا الجدول عبارة عن (٩١) مفردة وهم عدد الذين قيموا نظرتهم لطبيعة العلاقة بينهم والشرطة بانها نظرة سلبية.

ويوضح التحليل الاحصائي للجدول السابق أن الفئة "معاملات سابقة" الاكثر تكرارا وبنسبة ٣٥,٥ تليها الفئة " تاثيرات الإعلام" ٩,٠ % % تليها الفئة " أخرى تذكر" ١,٠%

وهذا يتطلب مع إدارة العلاقات العامة اجراء المزيد من البرامج لازالة ما يتعلق بنفوس الجماهير جراء تعامل الشرطة في السابق.

وتوضح الفئة " أخرى تذكر" عوامل أخرى تؤثر في راي المبحوثين في العلاقة بينهم والشرطة وهي:

١/ من خلال ملاحظتى لتعاملهم مع المواطنين فى الأسواق .

٢/ لتشددهم فى التعامل أثناء المظاهرات .

الجدول (٣٧) : هل تعتقد أن إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة تساعد فى إزالة هذه الصورة السلبية ؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٨	4.0	االثانية
ب	لا	٨٣	٤١,٥	الآولى

الجدول (٣٧): من خلال التحليل الاحصائي للجدول السابق نجد أن الفئة " لا" الاكثر تكرارا ونسبتها ٤,٠% تليها الفئة " نعم" بنسبة٤١,٥% ويوكد التحليل السابق أن على العلاقات العامة الانتباهع بصورة أكبر للتعامل مع مثل هذه الصورة السلبية والعمل على إزالتها.

الجدول ٣٨): ماهو نوع برامج العلاقات العامة التى يمكن أن تساعد فى ذلك؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نشرأنشطة مكافحة الجريمة	١١	٥,٥	الثالثة
ب	ترقية الخدمات المقدمة للجمهور	٩٨	٤٩,٠	الآولى
ج	تسهيل تلقى الشكاوى	٨٨	٤٤,٠	الثانية
د	أخرى تذكر	٣	١,٥	الأخيرة

الجدول(٣٨): التحليل الاحصائي للجدول السابق ان الفئة " ترقية الخدمات المقدمة للجمهور" الاكثر تكرارا بنسبة ٤٩,٠% تليها الفئة " تسهيل تلقي الشكاوي بنسبة ٤٤,٠% تليها الفئة " نشر انشطة مكافحة الجريمة" بنسبة ٥,٥% وفي المرتبة الأخيرة الفئة " أخرى تذكر" بنسبة ١,٥% وتحتوي على مفردتين هما:

١/عمل لقاءات مستمرة مع أجهزة الإعلام للتنوير بكل المستجدات فى الساحة.

٢/ كلما ذكر.

الجدول(٣٩) : فى حالة وجود بعض الضعف فى علاقة الشرطة بالجمهور، ماهى أسباب هذا الضعف رأيك؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	سبب نفسى	١٢٤	٦٢,٠	الأولى
ب	سبب تأريخى كجهاز موروث من الإستعمار	٣	١,٥	الرابعة
ج	جهاز عقابى	٩	٤,٥	الثالثة
د	جهاز يقيد الحرية	٦٤	٣٢,٠	االثانية
هـ	أخرى تذكر	صفر	٠	الأخيرة

الجدول (٣٩): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يشير الى ان الفئة" سبب نفسي" هي الأكثر تكرارا ونسبتها ٦٢,٠% تليها الفئة " جهاز يقيد الحرية" بنسبة ٣٢,٠% تليها الفئة " جهاز عقابي" بنسبة ٤,٥ تليها في المرتبة الاخيرةى الفئة ١,٥%.

إالجدول(٤٠):ـ هل تتفق مع من يرى أن بعض رجال الشرطة يستغلون وظيفتهم وسلطتهم الممنوحة لهم ؟

م	**الفئة**	**التكرار**	**النسبةالمئوية**	**الترتيب**
أ	نعم	١٨٦	٩٣,٠	الأولى
ب	لا	٣	١,٥	الأخيرة
ج	لاأدرى	١١	٥,٥	الثانية

الجدول(٤٠): من خلال التحليل الاحصائي للجدول السابق يتضح ان الفئة " نعم" الاكثر تكرارا ونسبتها ٩٣,٠% في المرتبة الاولى تليهاالفئة " لا أدري" بنسبة ٥,٥ ، وتليها الفئة " لا" بنسبة ١,٥%

الجدول (٤١): في حالة إتفاقك مع الرأى السابق ماهى فى رأيك أسباب إستغلال بعض رجال الشرطة لوظيفتهم وسلطاتهم الممنوحة لهم ؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	قصور بالتدريب	١٤	٧,٠	الثانية
ب	ضعف الرقابة الداخلية	١٧٠	٨٥,٠	الأولى
ج	أخرى تذكر	٢	١,٠	الأخيرة

الجدول (٤١): التحليل الإحصائي للجدول أعلاه يتضح أن الفئة " ضعف الرقابة الداخلية" الاكثر تكرارا بنسبة ٨٥,٠% تليها الفئة " قصوى بالتدريب " بنسبة ٧,٠%

الجدول(٤٢): هل تعلم بأن هنالك إستراتيجية بالتناول الإعلامى للقضايا الأمنية وطريقة نشرها؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	٣٣	16.5	الثانية
ب	لا	١٦٧	٨٣,٥	الأولى

الجدول (٤٢): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح أن الفئة " لا" الاكثر تكرارا ونسبتها ٨٣,٥ % تليها الفئة " نعم" بنسبة ١٦,٥% وهذا يتطلب علة آلية لكيفية توضيح حدود النشر للمعلومات الأمنية والمحاذير القانونية في هذا الشأن.

الجدول (٤٣): هل تتعتقد أن المؤسسات الإعلامية تراعى البعد الأمنى والمصلحة الوطنية فيما تنشره من مواد إعلامية؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	دائماً	٥	٢,٥	االآخيرة
ب	أحياناً	١٣	٦,٥	الثالثة
ج	نادراً	٧٧	٣٨,٥	الثانية
د	لاتراعى	١٠٥	٥٢,٥	الأولى

الجدول (٤٣): يوضح التحليل الاحصائي للجدول السابق أن الفئة " لا تراعي" هي الاكثر تكرارا ونسبتها ٥٢,٥% تليها الفئة " نادرا" بنسبة ٣٨,٥ % تليها الفئة " احياناً" بنسبة ٦,٥% وتاتي في المرحلة الاخيرة الفئة " دائماً" بنسبة ٢,٥%.

وهذا يؤكد ضرورة إيجاد استراتيجية للتعامل بين الإعلام والمؤسسات الشرطية والامنية عموماً حفاظاً على المصلحة الوطنية والمصلحة العامة.

الجدول(٤٤): هل تعجبك برامج الشرطة التى التى تقدمها العلاقات العامة عبر وسائط الإعلام المختلفة ؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	١١٣	٥٦,٥	الأولى
ب	إلى حد ما	٥٦	٢٨,٠	الثانية
	لا	٣١	١٥,٥	الأخيرة

الجدول (٤٤): التحليل الاحصائي للجدول السابق يوضح أن الفئة "نعم" الاكثرتكرارا ونسبتها ٥٦,٥% تليها الفئة " الى حد ما" بنسبة ٢٨,٠% تليها الفئة " لا" بنسبة ١٥,٥% وهذا يؤكد النظرة الايجابية للبرامج التي تقدمها إدارة الإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية.

الجدول (٤٥): ماذا يعجبك فى برامج العلاقات العامة هذه من وجهة نظرك؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	طريقة التقديم جيدة	٥٩	٢٩,٥	الثانية
ب	زادت من معرفتى بالشرطة	٩٧	٤٨,٥	الأولى
ج	الصدق والبساطة	٤٤	٢٢,٠	الأخيرة

الجدول (٤٥): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح أن الفئة " زادت من معرفتي بالشرطةط ونسبتها ٤٨,٥% تليها الفئة " طريقة التقديم جيدة" بنسبة ٢٩,٥% وتأتي الفئة " الصدق البساطة بنسبة ٢٢,٠"% .

الجدول (٤٦) : فى حالة عدم إعجابك ببرامج العلاقات العامة تلك ما هو السبب من وجهة نظرك؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	المادة ضعيفة	٣	١,٥	الأخيرة
ب	طريقة التقديم مملة	٢٠	١٠,٠	الثانية
ج	الزمن غير مناسب	١٧٧	٨٨,٥	الأولى

الجدول (٤٦): التحليل الاحصائي للجدول السابق يوضح أن الفئة " الزمن غير مناسب" هي الأكثر تكرارا ونسبتها ٨٨,٥% في المرتبة الأولى تليها الفئة " طريقة التقديم مملة" بنسبة ١٠,٠% وتاتي في المرتبة الاخيرة الفئة " المادة ضعيفة بنسبة ١,٥%.

وهذا يحتم على الادارة مراجعة اوقات تقديم برامجها الأغلامية بصورة دورية.

الجدول (٤٧): ما هى وسيلة الإتصال المناسبة لخلق التعاون بين جهاز الشرطة والجمهور من وجهة نظركم ؟

م	**الفئة**	**التكرار**	**النسبةالمئوية**	**الترتيب**
أ	الإذاعة	١١٧	٥٨,٥	الأولى
ب	التلفزيون	٥٨	٢٧,٠	الثانية
ج	الصحافة	١٥	٧,٥	الثالثة
د	إنترنت ونشرات خاصة	٧	٣,٥	الرابعة
هـ	أخرى تذكر	٣	١,٥	الأخيرة

الجدول (٤٧): من خلال التحليل الاحصائي للجدو أعلاه يتضح ان الفئة " الإذاعة" الاكثر تكرارا ونسبتها ٥٨,٥% تليها الفئة " التلفزيون" بنسبة ٢٧,٠% تليها الفئة "

الصحافة" بنسبة ٧,٥% تليها الفئة " انترنت ونشرات خاصة" بنسبة ٣,٥% وتأتي في المرتبة الاخيرة الفئة " أخرى" بنسبة ١,٥% وتتكونان من ثلاثة مفردات كالآتي:

١/عمل خطوط إتصال ثابتة للإتصال وقت الأزمات .

٢/تفعيل صناديق الشكاوى باقسام الشرطة المختلفة .

٣/ تفعيل برامج الشرطة المجتمعية فى الأحياء لخلق التعاون بين الشرطة ومواطنى الحى .

الجدول (٤٨): هل تتعتقد أن إعتذار رجل الشرطة أوقيادة الشرطة طريقة مناسبة للتخفيف عن الذين يتضررون من بعض الإجراءات الأمنية؟

م	الفئة	التكرار	النسبةالمئوية	الترتيب
أ	نعم	١٨٢	٨١,٠	الأولى
ب	لا	١٨	٩,٠	الثانية

الجدول (٤٨): التحليل الاحصائي للجدول أعلاه يوضح ان الفئة " نعم الاكثر تكرارا ونسبتها ٨١,٠% تليها الفئة " لا" بنسبة ٩,٠ % وهذا يؤكد أن الاعتذار في حالة الخطأ وسيلة جيدة لامتصاص غضب الجمهور وبالتالي المحافظة على العلاقة الجيدة والودية معه.

نتائج الدراسة

١/ أغلب موظفي الإدارة من الذكور.

٢/ أغلب اعضاء الادارة من الفئة العمرية بين(١٨-٤٨ سنة).

٣/ الاهتمام بتوظيف الكادر المؤهل أكاديمياً.

٤/ عدم وجود خريجي الإعلام أو العلاقات العامة بالإدارة.

٥/ اتفق المبحوثين على أن وجود إدارة للعلاقات العامة برئاسة الشرطة يساهم في خلق الصورة الايجابية للشرطة لدى الجمهور.

٦/ اتفق أغلب المبحوثين على أن التسمية المثلى للادارة هي " الاعلام والعلاقات العامة"

٧/ تساهم الإدارة مساهمة فعالة عبر جهودها الإعلامية في تعريف المواطن بعمل الشرطة ونشر الوعي الامني والجنائي للمواطنين.

٨/ اكثر البرامج التي تشجع المواطن للتعاون مع الشرطة هي الأنشطة الإعلاميةالموجهة من الشرطة.

٩/ أكثر الاسباب التي تؤدي الى سوء العلاقة بين الشرطة والجمهورهي جهل المواطنين بالقانون.

١٠/ عدم استعانة الادارة بمستشارين وخبراء علاقات عامة من خارج المؤسسة.

١١/ عدم استفادة الادارة من الدراسات وبحوث العلاقات العامة بالجامعات والمعاهد العليا.

١٢/ ضعف الجهود التنسيقية بين الإدارات الأخرى بالمؤسسات الإعلامية والصحفية.

١٣/ أكثروسيلة إعلامية فعالة في توصيل رسالة الشرطة للمجتمع هي الإذاعة وأن أغلب برامج الشرطة المقدمة عبر الإذاعة نالت رضا الجمهور .

١٤/ عدم مساهمة الاصدارات الشرطية المتخصصة في تحسين صورة رجل الشرطة لدى الجمهور لمحدودية توزيعها.

١٥/ أفضـــل الطـــرق لتقـــويم أعمـــال العلاقـــات العامـــة وأنشـــطتها هـــي مراجعـــة السياسات والخطط من حين لآخر.

١٦/ العلاقات العامة برئاسة الشرطة تجدالاهتمام والدعم من الادارة العليا للشرطة.

١٧/ عدم وجود استراتيجية واضحة ومعلنة للتناول الإعلامي للقضايا الأمنية والجنائية.

١٨/ عـــدم مراعـــاة المؤسســـات الصـــحفية للبعـــد الأمنـــي فيمـــا تنشـــره مـــن قضـــايا امنية وجنائية.

١٩/ بعض عناصرالشرطة يستغلون سلطاتهم ووظائفهم الممنوحة لهم ،ويرجع السبب في ذلك حسب راي المبحوثين الى ضعف الرقابة الداخلية.

٢٠/ أهم عامل مؤثر في العلاقة بين الشرطة والجمهورهو المعاملات السابقة، وأهم البرامج التي تساعد في إزالة هذه الصورة السلبية هي تحسين الخدمات الشرطية المقدمة للجمهور.

٢١/ ضـــعف العلاقـــة بـــين الشـــرطة والجمهـــور ســـببه "العامـــل النفســـي" حســـب راي المبحوثين.

التوصيات

١/ بحث اسباب تدني تقييم البعض للعلاقة بينهم ومؤسسة الشرطة ودراسة العوامل التي تؤدي الى سوء العلاقة بين الشرطة والجمهور ،واعداد خطط ازالتها وتحسين صورة الشرطة لدى الجمهور.

٢/ اعداد برامج لشرح القانون بصرة مبسطة لضمان وصول رسالة القانون لكافة فئات الشعب المختلفة.

٣/التركيز على برامج التوعية الداخلية لافراد الشرطة وتفعيل البرامج التوجيهية والأنشطة التي لها علاقة برفع الروح المعنوية لافراد الشرطة.

٤/ الاهتمام بتنسيق الجهود التوجيهية بين إدارات الشرطة المختلفة.

٥/ العمل على الاستفادة من بحوث العلاقات العامة التي تجريها المؤسسات العلمية المختلفة لترقية اداء انطسة العلاقات العامة بالشرطة السودانية.

٦/ التركيز على العمل الإذاعي وتطوير البرامج الإذاعية المقجمة عن خدمات الاجهزة الامنية.

٧/ دراسة امكانية اقامة اذاعة خاصة بالشرطة تعمل على تطوير العلاقة بين الشرطة والجمهور. وللوقوف على تأثير وتقييم الانطباع عن خدمات الاجهزة الامنية.

٨/ الاهتمام بتحسين الاصدارات الشرطية المختلفة وتحديد دورية اصدارها ودائرة توزيعها.

٩/ ترقية الجانب التنسيقي مع المؤسسات الصحفية ،والاتفاق على استراتيجية واضحة للتناول الإعلامي للقضايا الامنية والجنائية.

١٠/ اختيار الأوقات المناسشبة لعرض البرامج الإعلامية للشرطة عبر المؤسسات الإعلامية المختلفة.

١١/ الاستفادة من الدعم والاهتمام الكبير الذي توليه القيادة العامة للشرطة لانشطة العلاقات العامة بالشرطة وتقديم الخطط الجيدة والفعالة لدعمها من رئاسة الشرطة.

١٢/ تفعيل اجراءات الرقابة الداخلية بالمؤسسة والاهتمام بجوانب حماية المؤسسة من استغلال بعض الافراد لسلطاتهم الممنوحة لهم.

١٣/ تغيير الصورة الذهنية السالبة من الشرطة باعتبارها جهاز رقابي او جهاز يقيد حرية الافراد.

١٤/ العمل على معالجة نفور المواطنين من الادارات التي لها صلة بمكافحة الشغب والتعامل مع الأزمات والطوارئ.

١٥/ التوسع فيالخدمات المباشرة المقدمة من الشرطة للمجتمع باعتبارها اقوى الآليات لربط الشرطة بالمجتمع.

١٦/ تفعيل عمل صناديق الشكاوي وتطويرها والعمل على زيادة انتشارها وتوزيعها على اقسام الشرطة المختلفة.

١٧/ الاستعانة بمختصين في مجال الإعلام العلاقات العامة من خارج جهاز الشرطة للنهوض بالأداء وتطويره.

١٨/ الاهتمام بتقويم أعمال العلاقات العامة وأنشطتها بصورة دورية وعبر خطط قصيرة ومتوسطة وطويلة المدى لدراسة المتغيرات وتحديد الاحتياجيات بصورة عملية مدروسة.

١٩/ العمل على جلب الكوادر والكفاءات المتخصصة بعمل العلاقات العامة لرفع الأداء وتطويره.

٢٠/ الاستمرار في الدعم المادي من قيادة الشرطة لانشطة العلاقات العامة والاهتمام بالتدريب.

٢١/ التاكيد على اهمية جهاز العلاقات العامة بالمؤسسات الامنية وضرورة دعمه للقيام بواجبه على أكمل وجه، وذلك لارساء وتفعيل القيم الأمنية في المجتمع وخلق علاقات حميمة بين المؤسسات الامنية والإعلامية والجمهور.

٢٢/ توطيد علاقات تنسيقية مباشرة مع الأجهزة الإعلامسية اساسها الثقة والمصداقية والاهتمام بتبادل المعلومات والخبرات.

المراجع والمصادر

أولاً:

القرآن الكريم

ثانيا:الغة العربية:

١/ إبراهيم وهبي ، كنجوعبود كنجو : العلاقات العامة وإدارتها "مدخل وظيفي "عمان – الأردن ، مؤسسة الوراق، ١٩٩٠م.

٢/ إبراهيم إمام: العلاقات العامة والمجتمع " القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية ط٢ ، ١٩٨٦م.

٣/ إبراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلام " القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية، الطبعة الثالثة، ١٩٨٦م.

٤/ إبراهيم مصطفى وآخرون: المعجم الوسيط"استنابول، دار الدعوة، ١٩٨٩م"

٥/ ابن منظور: لسان العرب.

٦/ إبراهيم علي أحمد: المدخل إلى علم الاستخبارات "رؤية إسلامية الخرطوم، بدون ناشر.

٧/ أحمد إبراهيم أبوسن:العلاقات العامة في الدول الحديثة "دبي، المطبعة العصرية ، الطبعة الثانية، ١٩٨٦م.

٨/ أحمد المصري: العلاقات العامة" القاهرة، مؤسسة شباب الجامعة، ١٩٩٥م.

٩/ أحمدعبد السلام ناصف: الشرطة في مصر" القاهرة،مطبعةالزهراء للإعلام العربي، الطبغة الاولى١٩٨٧م.

١٠/ أحمد بدر:مناهج البحث في الاتصال والراي العام والإعلام الدولي" القاهرة"، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ١٩٨٢م.

١١/ أحمدالدهيب: المتطلبات الأساسية للإعلام ومميزاتها " الرياض ، جامعة نايف، ١٤٠٦هـ.

١٢/ حسين عبد القادر:أصول العلاقات العامة والإعلام، بدون ناشر١٩٦٢م.

١٣/ حسين عبد الحميد أحمد رشوان : العلاقات العامة والإعلام من منظورعلم الاجتماع " الاسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٣م".
١٤/ حسين محمد علي: المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة" – مكتبة الانجلو المصرية ، الطبعة الاولى ١٩٧٦م.
١٥/ حمدي محمد شعبان: دور العلاقات العامة في تغيير الصور الذهنية المنطقية عن قطاع الشرطة في مصر " كلية الإعلام ، ١٩٨٦م.
١٦/ زياد الشرمان، عبد الغفور عبد السلام: مبادئ العلاقات العامة "عمان – الأردن ، دار الصفاء للنشر ، ٢٠٠١م.
١٧/ سمير محمد حسين:العلاقات العامة، القاهرة ، عالم الكتب، الطبعة الثانية ، ١٩٩٦م.
١٨/ سمير محمد حسين: بحوث العلاقات " القاهرة ، عالم الكتب ، الطبعة الثانية ، ١٩٩٥م.
١٩/ صالح خليل أبواصبع : العلاقات والاتصال الانساني "فلسطين ، دار النشر والتوزيع، ١٩٩٨م".
٢٠/ صلاح الدين حافظ:تزييف الوعي أسلحة التضليل الشامل" القاهرة ، اصدارات سطور، ٢٠٠٤م.
٢١/ عمر أحمد قدور : شكلالدولة وأثره في استراتيجيات وفلسفة الأمن " الخرطوم، سلسلة انتشار ، ١٩٩٧م.
٢٢/ عبد الباري دره: العامل البشري والانتاجية في المؤسسات العامة"الطبعة الثانية ، ١٩٨٢م.
٢٣/ عبد الحي محمد صالح وآخرون : العلاقات العامة والإعلام "عمان ، دار جرير، ٢٠٠٠م.
٢٤/ عبد الرازق محمد الديلمي :العلاقات العامة " العولمة" عمان ، دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.

٢٥/ عبد السلام أبو قحف :هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها ، ٢٠٠٠م.

٢٦/ عبد المعطي محمد عساف: أسس العلاقات العامة "عمان ، الأردن ، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

٢٧/ عبد المحسن بدوي محمد أحمد: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم نسيقها مع وسائل الإعلام" الرياض ، جامعة نايف للعلوم الأمنية ، ٢٠٠٦م.

٢٨/ عبد المحسن بدوي : مستقبل الإعلام الشرطي في السودان " الخرطوم"، جامعة الرباط الوطني، ٢٠٠٣م.

٢٩/ علي عجوة: الأسس العلمية" القاهرة ، عالم الكتب ، الطبعة الرابعة ، ٢٠٠٠م.

٣٠/ علي عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق " القاهرة ، عالم الكتب، ٢٠٠١م.

٣١/ علي عجوة: الإعلام والأمن، المشكلات والحلول" الرياض: أكاديمية نايف، ٢٠٠٢م.

٣٢/ عمر صالح ابو بكر: تاريخ الشرطة في السودان ١٨٩٨م- ١٩٥٦م " الرياض دار النشر بالمركز العربي للدراسات والتدريب، ١٩٩٥م.

٣٣/ علي النميري: الأمن والمخابرات " الخرطوم ، مركزالدراسات الاستراتيجية".

٣٤/ عوض أحمد إدريس: الوجيز في أصول الفقه " الخرطوم ، دار الاسبوع للطباعة ، ١٤٠٨هـ".

٣٥/ عاطف حمدي العبد: الاتصال والرأي العام" القاهرة ، دار الفكر العربي ١٩٩٣م".

٣٦/ علي عواد: الدعايةوالراي العام " بيروت ، ١٩٩٣م".

٣٧/ فخري جاسم وآخرون: العلاقات العامة "بغداد ،وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ١٩٨١م".

٣٨/ فؤاد البكري:العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال " القاهرة، دار النهضة الطبعة الاولى، ٢٠٠٤م".

٣٩/ فتح الرحمن الجعلي: من قضايا الإعلام العسكري" الخرطوم، مطبعة الشهيد / الرائد عثمان عمر" الطبعة الاولى ٢٠٠٣م.

٤٠/ لواء محمد عبد الكريم نافع: الأمن القومي" مطبوعات الشعب ، القاهرة ،١٩٨٩م"

٤١/ لواء.رؤوف المناوي: الموقف الدولي الإعلامي في اقرار السلام والأمن" الرياض ، جامعة نايف، ٢٠٠٢م.

٤٢/ محمود حسين اسماعيل: مناهج البحث في إعلام الطفل " القاهرة ، دار النشر للجامعات ، الطبعة الأولى ، ١٩٩٦م".

٤٣/ محمد طلعت الغنيمي: بعض الاتجاهات الحديثة في القانون الدولي العام"منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ١٩٧٤م".

٤٤/ محمود جودت ناصر : الدعاية والإعلام والعلاقات العامة" الزقازيق، المكتبة العلمية، ١٩٩٨م".

٤٥/ محمد منير حجاب، سحروهبي:المداخل الاساسية للعلاقات العامة " القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م".

٤٦/ محفوظ أحمدجودة: العلاقات العامة مفاهيم وممارسات "الأردن ، دار الزهران ، الطبعة الثالثة ، ١٩٩٩م".

٤٧/ منى أحمد الأزهري: مصطفى حسين باهي: أصول البحث العلمي في العلوم التربوية والنفسية والاجتماعية " القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٩م".

٤٨/ محمدالعزازي أحمدأبو ادريس: العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة " الزقازيق، المكتبة العلمية، الطبعة الثانية، ١٩٩٨م".

٤٩/ محمد مصطفى أحمد: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات الاسكندرية ، دار المعارف ، ١٩٩٣م".

٥٠/ محمد عبد الرحيم: العلاقات العامة ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٩٨م".

٥١/ محمد بهجت كشك: العلاقات العامةوالخدمة الاجتماعية " الطبعة الثالثة، ١٩٨٣م".

٥٢/ مختار التهامي، إبراهيم الداقوقي: مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية" القاهرة، دار المعرفة ، الطبعة الاولى ١٩٨٠م".

٥٣/ محمدطلعت عيسى: العلاقات العامة كأداة تنمية " القاهرة،دار المعارف ، ١٩٧٠م".

٥٤/ محمد حسينم. حربي وآخرون: العلاقات العامة ، المفاهيم والتطبيقات " عمران، دار المجدلاوي، ١٩٩٨م.

٥٥/ محمدمنيرحجاب:المدخل الاتصالي للعلاقات العامة " القاهرة ، دار الفجر للنشر، بدون تاريخ نشر".

٥٦/ ممدوح بسيوني البيلي: أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية في مصر، ١٩٩١م".

٥٧/ محمد الأمين البشرى: العدالة الاجتماعية ومنع الجريمة، دراسة مقارنة، " الرياض ، جامعة نايف للعلوم الأمنية، ١٩٩٧م".

٥٨/ محجوب حسن سعد: الشرطة ومنع الجريمة "الخرطوم، مطابع العملة للعام ٢٠٠١م".

٥٩/ محمود السباعي :أصول ادارة الشرطة " القاهرة، ١٩٦٨م".

٦٠/ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التاثير " القاهرة ، عالم ا لكتب، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٠م".

٦١/ هيثم هاشم: علم الدعاية التجارية "دمشق – سوريا ، بدون تارخ نشر".

<u>ثالثا: المراجع المترجمة:</u>

١/ وارن وآخرون :" ترجمة ميشيل تكلا "وسائل الإعلام صحافة إذاعة ، تلفزيون"القاهرة ، مكتبة الوعي، ١٩٩٤م.

٢/ روجيه موكيللي: علم النفس والإعلان والدعاية " ترجمة علي عواد ، بيروت – لبنان".

٣/ ريتشارد روسينبريج: التاثير الاجتماعي للحاسبات " ترجمة دار المريخ، الرياض ، ٢٠٠٠م.

٤/ العالم الأمريكي ويلسون " العلاقات العامة بين الشرطة والشعب" ترجمة مجلة الأمن العدد " ٦ " ١٩٥٩م.

٥/ مايلز كوبلاند: لعبة الأمم " ترجمة مروان جبر ، لبنان – بيروت، انترناشونال للنشر ، ١٩٧٠م.

رابعاً: المراجع الاجنبية:

1/ Morton Berkowtiz and P.a. bock: National security"New York" – 1976.

2/ Dan Pember: mass media in America – 65- 1968.

خامساً: بحوث ودراسات غير منشورة:

١/ أماني مصطفى حسن: العلاقات العامة ووظائفها في منشآت القطاع العام بالسودان " رسالة ماجستير غير منشورة" جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام، ١٩٩٦م.

٢/ الطاهر محمد إبراهيم أبوهاجة: تناول الصحافة السودانية لقضايا الأمن القومي السوداني" رسالة ماجستير غير منشورة" جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الإعلام، ٢٠٠٠م.

٣/ عديل أحمد الشرمان: الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى المواطن القطري" رسالة ماجستير غير منشورة" جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام، ٢٠٠٢م.

٤/ عصام الدين زين العابدين: الصحافة وأثرها في التوعية الأمنية " رسالة ماجستير غير منشورة" جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام.

٥/ عادل حسين بلال: دور العلاقات العامة في الشرطة السودانية " دراسة غير منشورة ، جامعة الرباط الوطني، الخرطوم، ٢٠٠٤م.

٦/ شادية محمد صالح: إدارة العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق "رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الخرطوم ، كلية العلوم الإدارية، ١٩٩٠م.

٧/ خالد خلف الله سلمان: البناء الاتصالي للعلاقات العامة " رسالة ماجستير غير منشورة" جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام، ١٩٩٧م.

٨/ بهجة بدر عبد الله: دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي " رسالة ماجستير غير منشورة" جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام، ٢٠٠٤م.

٩/ صفية خالد الزاكي: اتجاه القيادات الإدارية في القطاع العام نحو إدارة العلاقات العامة " رسالة ماجستير غير منشورة" جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الإعلام،٢٠٠٣م.

١٠/ عطا عبد الحميد الجاك: العلاقات العامة واثرها في علاقة الشرطة بالمجتمع ، دراسة غير منشورة جامعة الرباط الوطني ، الخرطوم،١٩٩٨م.

١١/ العبيد أحمد مروح: التوظيف الإعلامي للمعلومة الأمنية "دراسة غير منشورة ، الخرطوم ، ١٩٩٩م.

سادساً: دوريات ومنشروات ومحاضرات:

١/ الدستور الانتقالي لجمهورية السودان للعام ٢٠٠٥م. الخرطوم ، هيئة التربية للطباعة والنشر، ٢٠٠٥م.

٢/ أحخمد المرتضى البكري أبو حراز: "محاضرة ، كلية الشرطة ، الخرطوم، ١٩٩٠م.

٣/ قانون قوات الشرطة للعام ١٩٩٨م، "وزارة الداخلية السودانية ، الخرطوم".

٤/ مجلة العربي: العدد"٣٢٦".

٥/ المسئولية الأمنية الإعلامية في الدول العربية : "الندوة العلمية الثالثة، الرياض، جامعةنايف للعلوم الأمنية".

٦/ المجلة العربية للدراسات الأمنية العدد "٣٩" الرياض، ٢٠٠٥م.

٧/ صحيفة السوداني : العدد "٢٢٢"بتاريخ ٢٠٠٦/٦/١٨م. الصفحة العاشرة.

٨/ د.هاشم الجاز: ندوة الحريات الإعلامية بعد اتفاقية نيفاشا" الخرطوم قاعة الشهيد الزبيرمحمد صالح ، ٢٠٠٥م.

٩/   مجلة الأمن العام : العدد" ٦" ١٩٥٩م "وزارة الداخلية " القاهرة".
١٠/ مجلة الأمن: العدد السادس" السعودية ، الرياض ، ١٤١٣هـ" .
١١/ مجلة الأمن العام: العدد" ١٤" " القاهرة ، وزارة الداخلية ، ١٩٦١م".
١٢/ مجلة الأمن: العدد" ٢٤٨" القاهرة ، وزارة الداخلية.

سابعاً: مقابلات:

١/   مقابلة السيد/ مديرالعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانسة" الخرطوم بتاريخ ١١/٦/٢٠٠٧م".
٢/   مقابلة السيد/ مدير المكتب الصحفي برئاسة الشرطة السودانية " الخرطوم، يونيو ٢٠٠٧م".
٣/   مقابلة السيد/ مديرمركز الرباط للدراسات الإعلامية " الخرطوم، جامعة الرباط الوطني، يونيو ٢٠٠٧م".

بسم الله الرحمن الرحيم

إ ستمارة إ ستبيان رقم (١) حول:.

وظيفة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية

(درا سة تطبيقية على العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية)

(في الفترة من يونيو٢٠٠٦م ــ يونيو٢٠٠٧م)

سرى للغاية

الاستمارة بغرض البحثالعلمي فقط

أولاً: البيانات الشخصية: ــ

١/ **النوع :. ذكر** ( ) **أنثى** ( )

٢/ **العمر** : ١٨.٢٨ ( ) ٢٩–٣٨ ( ) ٣٩–٤٨ ( ) ٤٩ – ٥٨ ( ) ٥٩ – ٦٨ ( ) ٦٩ – فما فوق ( )

٣/ **فئة الرتبة:** أ/ضباط( ) ب/صف وجنود ( ) ج/موظفين ( )

٤/ **المستوى التعليمي**:دون الثانوي ( ) ثانوي( ) جامعي ( ) فوق الجامعي( )

٥/ **الحالة الإجتماعية:** أ/ متزوج ( ) ب/ عازب ( )

*

ثانياً : . الأسئلة : .

٦/ هل تعلم أن هنالك إدارة للعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية؟

أ/ نعم ( ) ب/ لا ( )

٧/ في رأيك ما هي التسمية المثلي لإدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة؟

أ/العلاقات العامة ( ) ب/ الإعلام والعلاقات العامة ( )

ج/الإعلام والتوجيه المعنوي ( ) د/ العلاقات العامة والمراسم ( )

ه/أخرى تذكر :...

٨/ في رأيك ماهى الجهة التي يجب أن تتبع لها إدارة العلاقات العامة بالشرطة؟

أ/ المدير العام لقوات للشرطة ( )

ب/ مساعد المدير للتوجيه والخدمات ( ) ج/ مدير الإدارة العامة ( )

ه/ لا رأى لي ( )

٩/ في رأيك هل تقوم إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة بتعريف المجتمع بعمل الشرطة ونشر الوعي الأمني والجنائي للمواطنين ؟

أ/نعم (   )   ب/أحياناً (   )   ج/لا (   )   د/ لا أعلم (   )

١٠/ كيف يتم تشجيع المواطن للتعاون مع الشرطة في رأيك؟

أ/عبرالأنشطةالإعلاميةالموجهة من الشرطة ( ) ب/ عبر المحاضرات والندوات( )

ج/عبر الخدمات المباشرة من الشرطة إلى المجتمع( )د/ أخرى تذكر :٠٠٠٠٠٠

١١/ في حال عدم تعاون الجمهور مع الشرطة ، في رأيك هل السبب يرجع إلى:

أ/ممارسات بعض رجال الشرطة السلبية( ) ب/الجهل بالقانون ( )

د/ قلة البرامج الإعلاميةالموجهةمن الشرطة ( ) د/عوامل تاريخية سياسية ( )

هـ/النظرةالعامةللشرطةبأنهاجهازعقابى( ) و/عوامل نفسية ( )

١٢/ كيف تقييم العلاقة بين الشرطة والجمهور من وجهة نظرك؟

أ/ ممتازة ( ) ب/ جيدة ( ) ج/متوسطة( ) د/ضعيفة( )هـ/ضعيفة جداً ( )

١٣/ في رأيك هل الجهودالتىتقوم بها إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطةتساعدفى رفع الروح المعنويةلقوات الشرطة؟

أ/ دائماً ( ) ب/أحياناً ( ) ج/ نادراً ( ) د/ لا( )

١٤/ في رأيك هل تساهم إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة بتنسيق الجهود الإعلامية والتوجيهية في إدارات الشرطة المختلفة ؟

أ/ دائماً ( ) ب/أحياناً ( ) ج/نادراً ( ) د/ لا( )

١٥/ في رأيك ما مدى فعالية العلاقات العامة بإدارتك؟

أ/ فعالة ومؤثرة( ) ب/ غير فعالة( ) ج/ لا أعلم( )

١٦/هل ترى أن هنالك ضرورةلإستعانة إدارة العلاقات العامةبرئاسةالشرطةبمستشاريين من خارج الشرطة؟

أ/نعم ( ) ب/أحياناً ( ) ج/لا( )

١٧فى رأيك هل إستفاد ت إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة من البحوث التي أعدتها الجامعات والمراكز والمعاهد المختصة؟

أ/ نعم ( ) ب/أحياناً ( ) ج/ لا( ) د/ لا أعلم ( )

١٨/ كيف تتصور علاقة التنسيق بين العلاقات العامة برئاسة الشرطة والأجهزة الإعلامية الأخرى؟

أ/تنسيق بمستوى عالي ( ) ب/بمستو أقل( ) ج/تنسيق ضعيف ( ) د/لا يوجد تنسيق ( )

١٩/ماهى في رأيك أفضل الوسائل الإعلامية لإيصال الرسالة الإعلامية للجمهور الخارجي؟

أ/الإذاعة (   ) ب/ا لتلفزيون (   ) ج/ الصحافة(   ) د/ مجلات الشرطة المتخصصة(

) هـ/إصدارات وملصقات ( ) و/ أخرى تذكر:...............

٢٠/هل ساهمت الإصدارات الشرطية المتخصصة في تحسين صورة رجل الشرطة لدى الجمهور في رأيك ؟

أ/نعم ( ) ب/ أحيانا ( ) ج/ لا ( ) د/لا أعلم ( )

٢١/ماهى رأيك أفضل الطرق التي يجب أن تتبعها إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة لتقويم أعمالها ؟

أ/ البحوث العلمية ( ) ب/ مراجعة السياسات من حين لآخر ( ) ج/ الاستعانة بخبراء ومستشارين خارج الشرطة ( ) د/ قياس إتجاهات الرأي العام ( )

٢٢/ ماهو رأيك في أداء إدارة العلاقات العامة بالشرطة عموماً ؟

أ/ ممتاز ( ) ب/ جيد ( ) ج / وسط ( ) د / ضعيف ( ) هـ / ضعيف جداً ( )

٢٣/ هل تعتقد أن نشاط العلاقات العامة برئاسة الشرطة يجد الدعم من قبل الإدارة العليا بقوات الشرطة ؟

أ / نعم ( ) ب/ لا ( ) ج/ لا اعرف ( )

٢٤ / مقترحات لتطوير عمل العلاقات العامة برئاسة قوات الشرطة السودانية .

أ/...

ب/...

ج/...

بسم الله الرحمن الرحيم

إ ستمارةإ ستبيان رقم(٢) حول:.

وظيفة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية

دراسة تطبيقية على العلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية

(في الفترة من يونيو ٢٠٠٦م ـ يونيو٢٠٠٧م)

سرى للغاية

<u>الإستمارةبغرض البحث العلمي فقط</u>

أولاً : البيانات الشخصية:ــ

١/ النوع: ذكر ( ) أنثى ( )

٢/ العمر : ٢٨.١٨ ( ) ٢٩–٣٨ ( ) ٣٩–٤٨ ( ) ٤٩ – ٥٨( ) ٥٩ –٦٨( ) ٦٩سنة فما فوق ( )

٣/ المهنة:أ/ موظف( ) ب/عامل( ) ج/تاجر( ) د/مزارع( ) هـ/طالب( ) و/ربة منزل( )

٤/ المستوى التعليمي: دون الثانوى( ) ثانوي ( ) جامعي( ) ، فوق الجامعي( )

٥/ الحالة الإجتماعية: أ/ متزوج ( ) ب/ عازب ( )

ثانياً: الأسئلة:.

ضع علامة ( ) داخل مستطيل الإجابة المختارة:

٦/ هل تعلم أوهل سمعت بأن هنالك إدارة للإعلام والعلاقات العامة برئاسة الشرطة السودانية؟

أ/ نعم ( ) ب/ لا ( )

٧/ في حالة معرفتك بوجودالإدارةماهى الوسيلة التي عرفت عبرها عن وجود هذه الإدارة؟

أ/ عبر برنامج الشرطة الإذاعي ( ) ب/ عبر برنامج ساهرون( )

ج/عبر مجلة الشرطة( ) د/عبر إصدارات الشرطة المختلفة( )

هـ/أخرى تذكر:.................................

٨/ هل تتعامل أوهل يربطك أي تعامل مع العلاقات العامة برئاسة الشرطة؟

أ/ نعم ( ) ب/ أحياناً ( ) ج/ لا( )

٩/ هل لديك فكرة عن الإجرآءات الإدارية التي تستخدمها الشرطة في تقديمها للخدمات للجمهور ؟

أ/ نعم ( ) ب/ لا ( )

١٠/ ما رأيك في الطريقة التي يتم بها تنفيذ هذه الإجراءات الإدارية؟

أ/ بسيطة وسهلة( ) ب/ مبالغة في التشديد ( ) ج/لارأى لى ( )

١١/ ما تصورك في صحة إتهام البعض للشرطةبتعمدتأخير إستخراج الوثائق ؟

أ/ إتهام صحيح( ) ب/ غير صحيح ( ) ج/لارأى لى ( )

١٢/ كيف تقييم نظرتك في طبيعة العلاقة بينك وبين الشرطة؟

أ/ نظرة سلبية( ) ب/ نظرة إيجابية( ) ج/نظرة محايدة ( )

١٣/ في حالة النظرة السلبية ما هي في رأيك العوامل المؤثرة في طبيعة هذه العلاقة؟

أ/ معاملات سابقة ( )ب/ تأثيرات الإعلام( ) ج/أخرى تذكر :.

١٤/ هل تعتقد أن إدارة العلاقات العامة برئاسة الشرطة تساعدفى إزالة هذه الصورة السلبية؟

أ/ نعم ( ) ب/ لا ( )

١٥/ ماهو نوع برامج العلاقات العامة التي ساعدت في ذلك؟

أ/ نشرأنشطةمكافحةالجريمة( ) ب/ ترقية الخدمات المقدمة للجمهور ( ) ج/تسهيل تلقى الشكاوى( ) د/أخرى

تذكر :.................................

١٦/ في حالة وجود بعض الضعف في علاقة الشرطة بالجمهور _ ماهى أسباب هذا الضعف في رأيك؟

أ/ سبب نفسي ( ) ب/سبب تأريخي كجهاز موروث من الاستعمار ( )

ج/جهاز عقابي( ) د/جهاز يقيد الحرية ( ) هـ/ أخرى...........

١٧/هل تتفق مع من يرى أن بعض رجال الشرطة يستغلون وظيفتهم وسلطتهم الممنوحة ؟

أ/ نعم ( ) ب/ لا ( ) ج/ لا أدرى ( )

١٨/ في حالة إتفاقك مع الرأي السابق ماهى في رأيك أ سباب إ ستغلال رجل الشرطة لوظيفته وسلطاته الممنوحة له؟

أ/ قصور بالتدريب( ) ب/ ضعف الرقابة الداخلية( ) ج/ أخرى تذكر :...

١٩هل تعلم بأن هنالك إستراتيجية بالتناول الإعلامللقضايا الأمنية وطريقة نشرها؟

أ/ نعم ( ) ب/ لا ( )

٢٠/ هل تعتقد أن المؤسسات الإعلامية تراعي البعد الأمني والمصلحة الوطنية فيما تنشره من مواد إعلامية؟

أ/ دائماً ( ) ب/ أحياناً ( ) ج/نادراً( ) د/لاتراعى ( )

٢١/ هل تعجبك برامج الشرطة التي تقدمها العلاقات العامة عبر وسائط الإعلام المختلفة؟

أ/ نعم ( ) ب/ إلى حد ما ( ) ج/ لا( )

٢٢/ ماذا يعجبك في برامج العلاقات العامة هذه من وجهة نظرك؟

أ/ طريقة التقديم جيدة( ) ب/زادت من معرفتي بالشرطة ( ) ج/الصدق والبساطة( )

٢٣/ في حالة عدم إعجابك ببرامج العلاقات العامة تلك ماهو السبب من وجهة نظرك؟

أ/ المادة ضعيفة( ) ب/طريقة التقديم مملة ( ) ج/الزمن غير مناسب( )

٢٤/ ماهى وسيلة ا لإتصال المناسبةلخلق التعاون بين جهاز الشرطة والجمهور في نظركم؟

أ/ الإذاعة ( ) ب/ التلفزيون( ) ج/الصحافة( ) د/إنترنت ونشرات خاصة( ) هـ/أخرى تذكر: ....

٢٥/هل تعتقد أن إعتذار رجل الشرطة أو قيادة الشرطة طريقة مناسبة للتخفيف عن الذين يتضررون من بعض الإجرآءات الأمنية ؟

أ/ نعم ( ) ب/ لا ( )

٢٦/ماهى مقترحاتكم في مجال تطوير وظيفة العلاقات العامة برئاسة الشرطة للقيام بواجبها على أكمل وجه؟

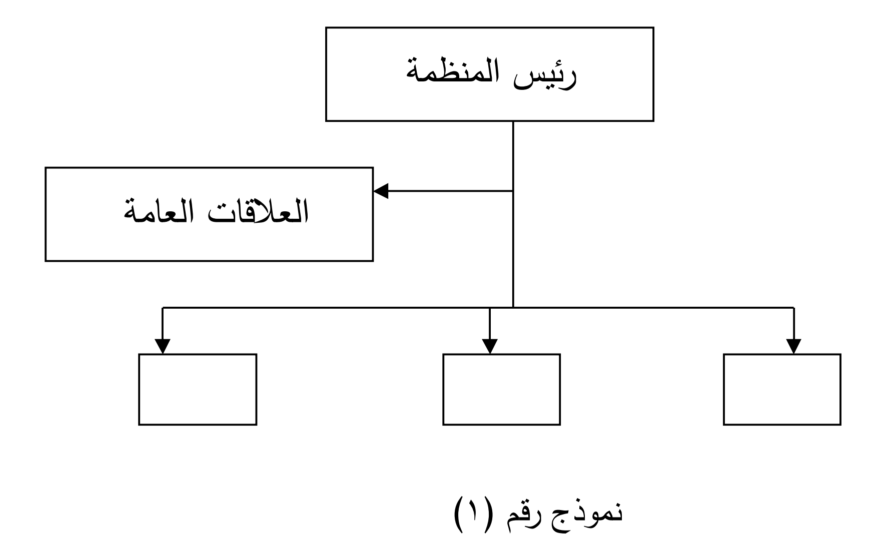
أ/...

ب/...

ج/...

نماذج أدارية للعلاقات العامة

(١)



نموذج رقم (١)

رئيس المنظمة

نائب او مساعد

نائب او مساعد

مدير عام

إدارة (أ)

إدارة (ب)

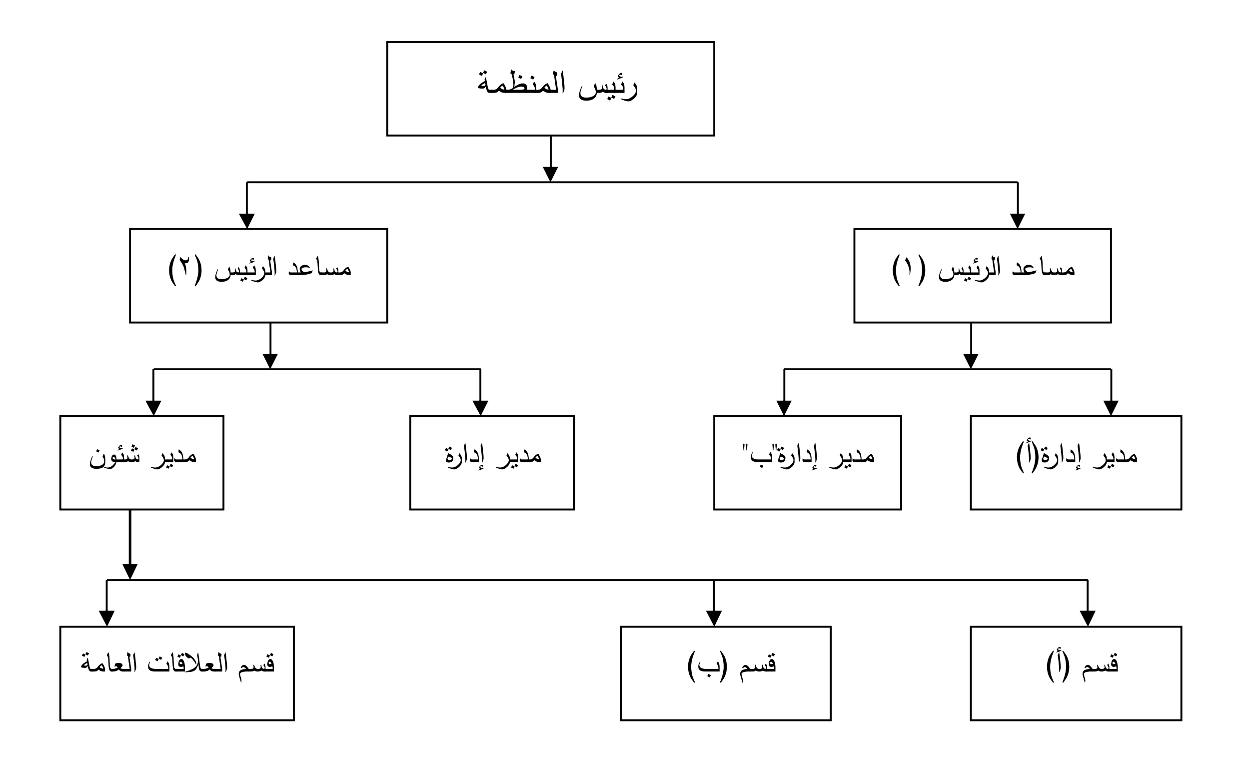
إدارة (ج)

إدارة علاقات عامة

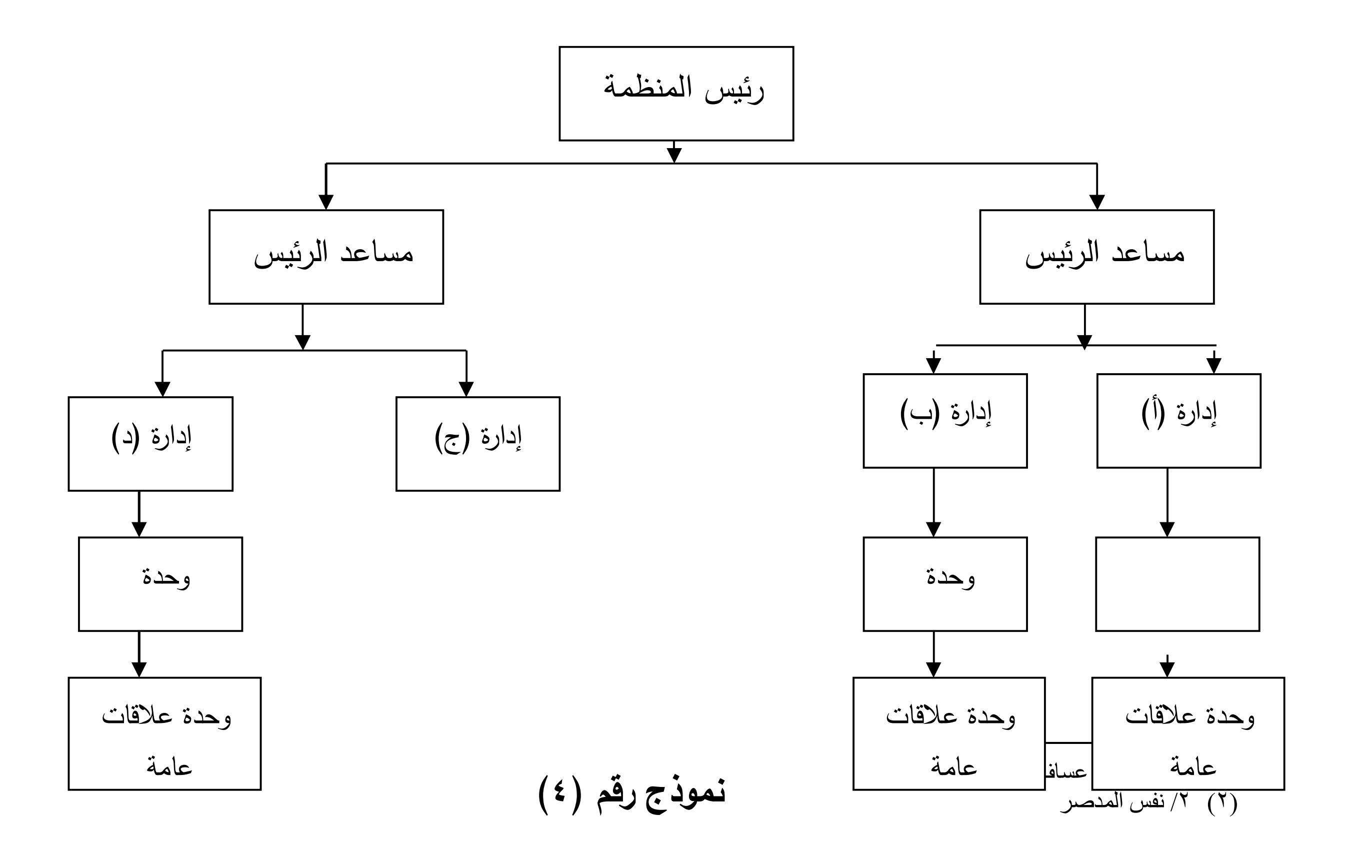
نموذج رقم (٢)

---

(١) ١/ د. عبد المعطي عساف ومحمد صالح صالح: أسس العلاقات العامة " عمان: ١٩٩٧م"
(٢) ٢/ نفس المصدر



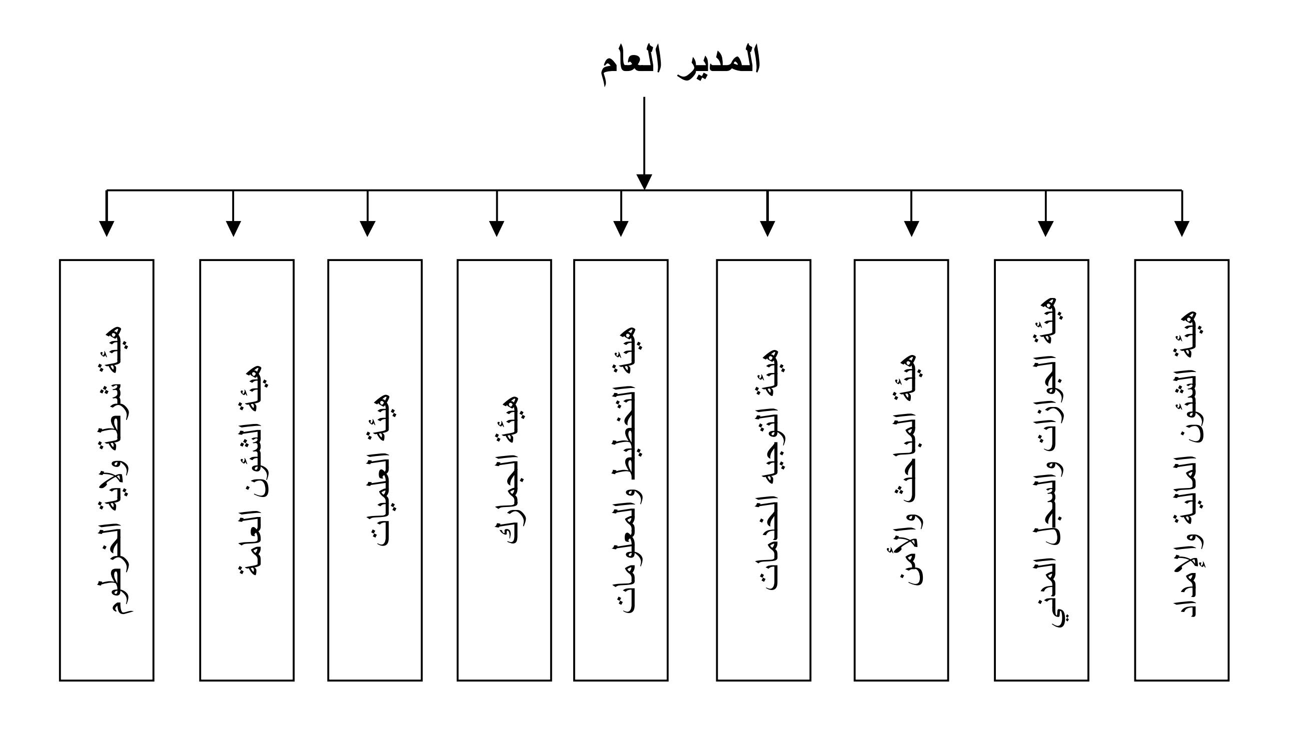
نموذج رقم (٣)



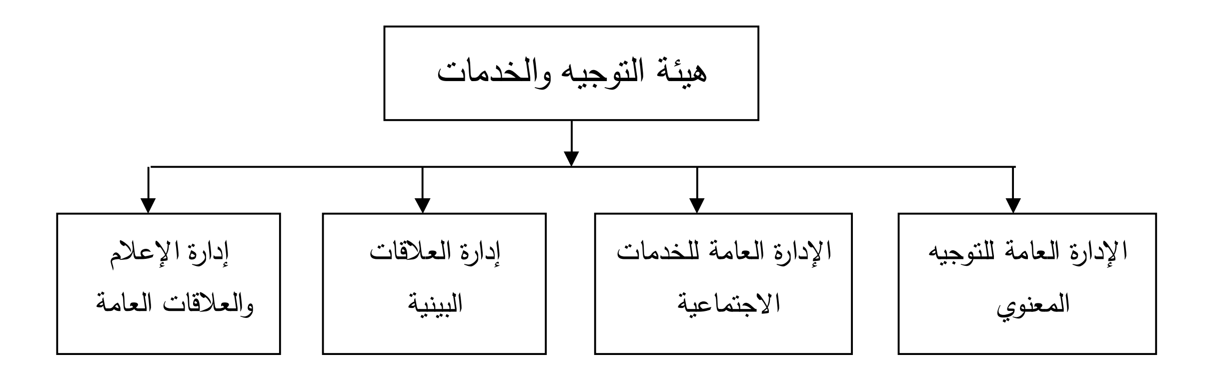
نموذج رقم (٤)

عساف

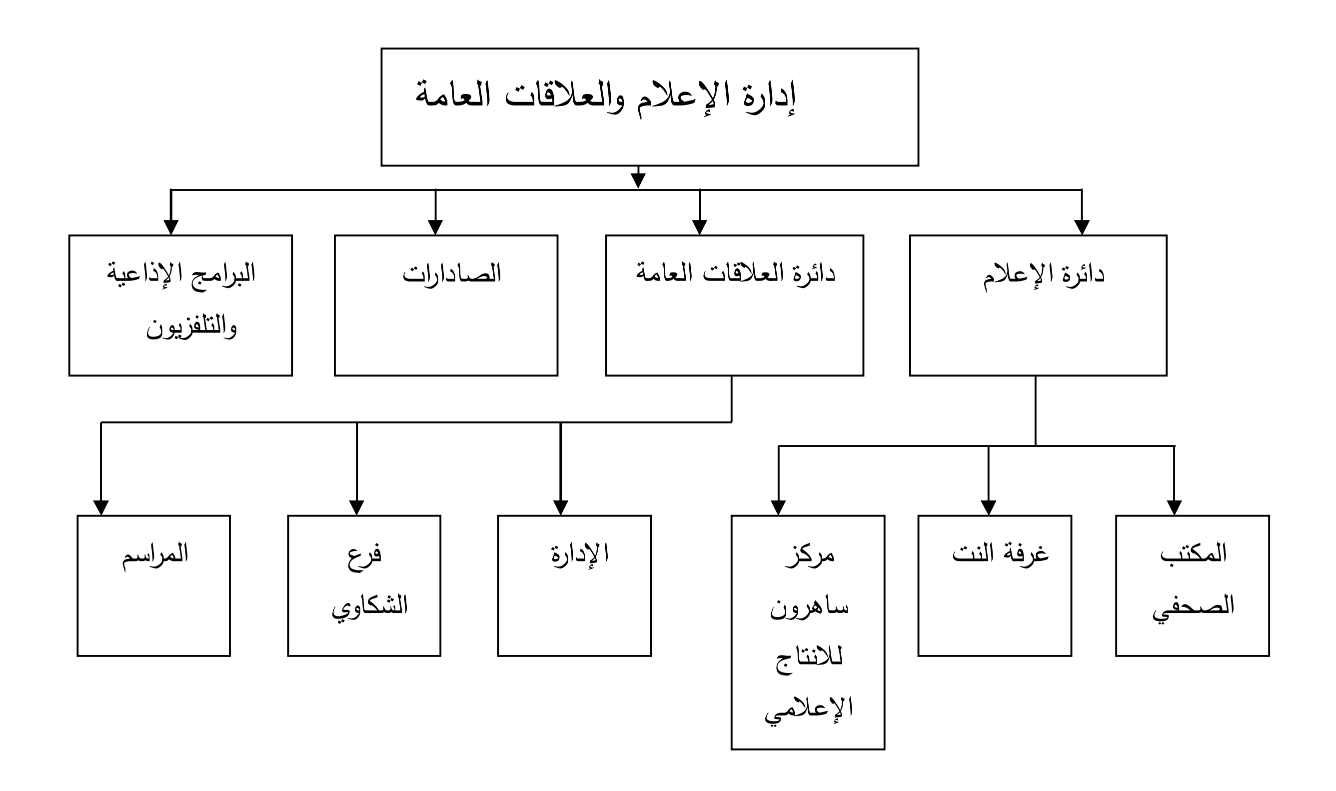
(٢) ٢/ نفس المصدر



جدول (٥) يوضح التنظيم إداري
لقيادة الشرطة السودانية



جدول (٦) يوضح التنظيم لهيئة التوجيه والخدمات بالشرطة السودانية



جدول (٧) يوضح التقسيم الداخلي لإدارة الإعلام والعلاقات العامة